



Universidade de Brasília – UnB  
Faculdade de Comunicação – FAC  
Departamento de Audiovisual e Publicidade – DAP

## **Virilhas**

Produção do figurino de um curta-metragem como análise da  
associação entre a moda e o cinema

Frederico Dário

**Brasília**

**Novembro 2011**



# Virilhas

**Produção do figurino de um curta-metragem como análise da associação  
entre a moda e o cinema**

Frederico Dário

Memória de projeto experimental apresentada ao curso de Comunicação Social da Universidade de Brasília, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Publicidade e Propaganda

**Orientadora:** Prof<sup>ª</sup> Fernanda Martineli

**Brasília**

**Novembro de 2011**



Universidade de Brasília  
Faculdade de Comunicação  
Projetos Experimentais

## ATA DE DEFESA PÚBLICA DE PROJETOS EXPERIMENTAIS

### PRODUTO EM COMUNICAÇÃO

<b>Data:</b>	<b>Local:</b> Universidade de Brasília	<b>Semestre:</b> 2º/2011
<b>Nome do Projeto:</b> Virilhas: Concepção e produção do figurino de um curta-metragem como análise da associação entre a moda e o cinema.		
<b>Executor(es)</b>		
<b>Nome:</b> Frederico Dário	<b>Mat.:</b> 08/29927	
<b>Nome:</b>	<b>Mat.:</b>	
<b>Professor Orientador (Presidente da Banca Examinadora):</b> Fernanda Martineli		
<b>1º Membro da Banca Examinadora:</b> Gabriela Freitas		
<b>2º Membro da Banca Examinadora:</b> Selma Regina		
<b>AVALIAÇÃO</b>		
<b>Item avaliado</b>	<b>Nota</b>	
Planejamento		
Diagnóstico		
Cumprimento de metas e objetivos		
Estratégias operacionais		
Qualidade do produto (técnica e conteúdo)		
Relevância do produto		
Originalidade		
<b>MÉDIA FINAL</b>		
<b>MENÇÃO</b>		

Brasília, de de .

\_\_\_\_\_  
Orientador

\_\_\_\_\_  
Membro

\_\_\_\_\_  
Membro

## Resumo

Este trabalho é uma análise da relação entre moda e cinema através da concepção e produção do figurino do curta metragem *Virilhas* (2011), que trata dos dilemas profissionais de uma depiladora e seus conflitos com o marido desempregado. O objetivo é discutir os referenciais que inspiram o trabalho do figurinista e problematizar a forma como esses referenciais se articulam na prática profissional de construção da identidade do personagem. A metodologia combina revisão bibliográfica e análise qualitativa do trabalho do figurinista como prática social, valorizando uma teoria que emerge dessa prática. Nesse processo, a moda é compreendida como um sistema de comunicação. Dentro do escopo deste produto, interessa destacar a moda no contexto do vestuário e da indumentária. A atenção se volta para os usos de artefatos da cultura material, a construção e a apropriação de significados, considerando que as roupas são o suporte material de um significado simbólico que é permanentemente construído. Para aprofundar a reflexão sobre a construção de significados que constitui o trabalho do figurinista, a definição do vestuário dos personagens é analisada em perspectiva com outros elementos do filme, como roteiro e cenografia, incluindo aspectos mais técnicos e operacionais, como cronograma e orçamento. A interface da moda com o cinema permite compreender a comunicação como um campo de natureza múltipla e interdisciplinar, e o figurinista como um mediador de significados que comunica formas de representação do social.

**Palavras chave: Moda, Vestuário, Comunicação, Cinema, Figurino, Virilhas.**

## Sumário

<b>Introdução.....</b>	<b>6</b>
<b>1 Problema da Pesquisa .....</b>	<b>8</b>
<b>2 Justificativa.....</b>	<b>10</b>
<b>3 Objetivos .....</b>	<b>11</b>
<b>4 Referencial Teórico.....</b>	<b>12</b>
<b>4.1 Comunicação, moda e vestuário .....</b>	<b>12</b>
<b>4.2 A moda e o cinema.....</b>	<b>14</b>
<b>4.2.1 Os profissionais da moda e os filmes .....</b>	<b>16</b>
<b>4.2.2 A criação de moda para o cinema .....</b>	<b>18</b>
<b>6 Metodologia .....</b>	<b>21</b>
<b>6.1 Projeto .....</b>	<b>23</b>
<b>7 Conclusão .....</b>	<b>29</b>
<b>Referências Bibliográficas .....</b>	<b>30</b>
<b>Anexos (Roteiro, Tabelas e Cronogramas).....</b>	<b>33</b>

## INTRODUÇÃO

Considerando que, de acordo com determinado contexto, as coisas podem ter significados diferentes, a moda não está ligada somente às roupas. Partindo do pressuposto de que moda é uma forma de comunicação não verbal e que as roupas fazem parte de um sistema complexo de significações e construção de identidades, como defendido por Malcom Barnard (2002, p. 29-31), este trabalho pretende explorar o significado da moda referente a vestuário e indumentária, no contexto do curta-metragem *Virilhas* (2011).

Inspirado no cotidiano dos salões de beleza, o roteiro do filme gira em torno dos dilemas da depiladora Dayanne e das histórias de suas clientes. Ao saber que o marido está desempregado, a moça se desdobra para aumentar seus rendimentos e dá início a um plano desesperado que acaba virando a solução de todos os seus problemas financeiros.

Barnard fala da moda como linguagem (2002, p.31-32), resgatando o que Mary Douglas e Baron Isherwood exemplificaram em *O Mundo dos Bens* ao tratarem do consumo como sistema de comunicação (2004, p. 95). Logo, a moda, que se liga irremediavelmente ao consumo, porque tem a pretensão de dizer o que deve e como deve ser consumido, também pode ser entendida como um sistema de comunicação.

Nos primeiros escritos literários sobre esse fenômeno cultural<sup>1</sup>, o termo moda aparecia em referência aos hábitos dos indivíduos das classes mais altas que criavam tendências consideradas elegantes e que eram usadas para marcar a distinção social, como consta nos textos de Agostino Lampugnani e no tratado *La Mode* (1642), de François Grenaille, que define a moda como “descrição geral do século”. A historiadora Daniela Calanca justifica que, inclusos no âmbito da moda, além da roupa, estão a palavra, o gesto e até mesmo os hábitos comuns da vida coletiva (CALANCA, 2008, p.15-16), e isso aponta para o caráter polissêmico do termo. Resgatando as afirmações de Barnard com relação à construção de significados e considerando um contexto em que a moda pode ser vista como uma sintaxe ou sistema de regras do “vestir-se” (CALANCA, 2008, p.16), ainda existem termos

---

<sup>1</sup>McCraken usa exemplos como Bogatyrev e sua pesquisa sobre a indumentária *folk* morávia (1971) para mostrar a variedade de categorias culturais que podem ser “discernidas e investigadas através da análise do vestuário” (2003, p. 85)

como “vestuário” e “estilo”, que estão entrelaçados. Enquanto o estilo é conceitual, o vestuário é material. Existe uma relação entre os dois pois o vestuário é o suporte material do significado simbólico que demarca o estilo, que por sua vez define moda. Barnard faz essa diferenciação antes de iniciar seu discurso sobre moda, comunicação e cultura. O autor busca auxílio no substantivo “adorno” para constituir distinção a cada um dos termos:

[...] while all clothing is an adornment, not all clothing are fashionable. Some adornments might be terribly unfashionable. It could also be said that, while all fashion is dress, not all dress is fashion, for the same reason. And it could be said that, while all fashion is adornment, not all fashion is clothing. Some fashion is tattooing or cicatrization. Similarly, while every item of dress will be in a particular style, not every style will be the fashion, as styles go in and out of fashion. And, while every item of dress will be after a certain fashion, not all fashions will be stylish; is it well known that some fashions set out to be anti-style. It could, finally, be said that, while all fashion is in style, not all fashion is an item of dress; [...] (BARNARD, 2002, p. 10 - 11)

O trecho acima descrito nos dá clareza quanto ao fato de que nem todos os artigos de vestuário, considerados adornos que expõem o corpo a mutações, são moda, e que nem toda moda é roupa. Retomando o que foi dito acima, a moda é caracterizada por uma amplitude considerável, e pode se referir a gêneros musicais e esportes, por exemplo. Por outro lado ela se caracteriza-se também pela criação e/ou apropriação de estilos, os quais variam conforme a temporada e marcam outra característica desta: a transitoriedade. O sentido de moda ao qual essa pesquisa se refere remete ao debate de Susanne Küchler e Daniel Miller (2006) que a consideram uma cosmologia, ou seja, parte de um sistema de valores que vai além do seu sentido material e estético, não se referindo apenas aos tecidos ou designs mas também ao seu valor simbólico.

Esse trabalho é sobre a relação entre a moda e o cinema com recorte no contexto de vestuário e indumentária e a análise se detém mais especificamente ao figurino do curta-metragem *Virilhas* (2011). O intuito é compreender como estes objetos da cultura material – que são as roupas, calçados, bolsas, pulseiras, colares e os mais diversos acessórios – são apropriados pelos filmes. Neste processo, moda e cinema constroem representações sociais que comunicam identidades, comportamentos, valores e estilos de vida, e esta pesquisa é um exercício reflexivo sobre a atuação conjunta dessas duas formas representativas. Minha experiência pessoal como figurinista do curta *Virilhas* (2011), gerou inquietações que motivaram a

extensão dessa problemática além dos sets de filmagem, ampliando-a para o projeto final do curso de Publicidade e Propaganda.

## 1. PROBLEMA DE PESQUISA

Barnard considera a moda como um sistema de comunicação no qual é levado em conta uma série de artefatos que permitem a conexão do indivíduo com o mundo (BARNARD, 2002, p. 29). Quando se fala sobre identidade e pertencimento social, como no caso de Barnard é importante lembrar do que Simmel escreveu sobre o assunto no início do século passado. Falando da moda como necessidade de pertencer ao social e ao mesmo tempo de demarcação da individualidade, o autor explica que o vestuário é parte de um complexo sistema de desejos e demandas que podem ser negociadas de forma a concretizar tanto a necessidade coletiva quanto a individual (SIMMEL, 1971, p.301). Esse paradoxo é indispensável para que possamos entender o vestuário como agente transformador de corpos e identidades.

As roupas nos permitem tirar conclusões sobre outro e entender sua relação com a sociedade, de tal forma que Barthes afirma que “a roupa diz respeito à pessoa inteira, a todo corpo, a todas relações do homem com seu corpo, assim como às relações do corpo com a sociedade” (BARTHES, 2009, p.117). Tanto Barnard, quanto Barthes e Simmel pensaram a moda como forma de comunicação por meio da qual o indivíduo se reconhece socialmente. Embora esses autores pertençam a épocas distintas e suas abordagens se diferenciem em vários aspectos, em um plano mais geral parece haver entre eles um reconhecimento comum da moda como um meio de envolvimento social.

No cinema o vestuário tem *status* de figurino, é apropriado e re-significado, tornando-se peça-chave na construção da identidade dos personagens. Segundo Bailleux:

Uma personagem que ainda não vimos abre as portas entra em cena e, antes que tenha pronunciado uma palavra, o seu modo de vestir nos fala da sua condição e do seu caráter. Mais ainda do que a personagem, a roupa exprime um estado de espírito. Por meio da roupa cada um de nós trai, total ou parcialmente, a personalidade, os hábitos, os gostos, o modo de pensar, o seu humor em determinado momento, aquilo que está prestes a fazer. (BAILLEUX, 1996, p. 1)



A roupa do outro – no caso, do personagem – fala para nós (como parte de uma construção que “explica” o personagem) e fala de nós, ao evidenciar nossos gostos, valores e julgamentos quando expressamos socialmente nossa opinião. O trecho acima nos ajuda a compreender a importância que a definição do figurino tem no ambiente cinematográfico, auxiliando o ator no processo de construção de personagens, despertando emoções e impactando o público de diversas formas. Não são raros os casos de atores e atrizes que passam a ser lembrados não só pela sua interpretação, mas também pelas roupas e acessórios que usaram em cena. Basta mencionar a camiseta de James Dean em *Juventude Transviada* (1955), o vestido de Marilyn Monroe em *O pecado mora ao lado* (1955) ou os óculos de Audrey Hepburn em *Bonequinha de Luxo* (1961). Segundo Calanca, essas associações têm como marco inicial a década de 1920, quando os primeiros figurinos exclusivos para o cinema passaram a ser criados e produzidos:

Os vestidos tornam as atrizes parte integrante da narrativa, de um conjunto no qual vestuário e linguagem do corpo estão em harmonia. Os figurinos enfatizam o caráter, o comportamento e as emoções que o ator ou atriz devem comunicar. A filmadora torna-se cada vez mais uma máquina que impõe novos tipos e rostos. Os filmes oferecem lições “práticas” de moda, maquiagem e comportamento, o cinema reforça a cultura-mercado da beleza. (CALANCA, 2002, p. 148)

O trecho acima aponta para um recorte de gênero, de tal forma que se pode considerar que muitas “divas” do cinema surgem e ganham projeção porque personificam na tela padrões de comportamento e ideais de beleza construídos pela associação dessas mulheres com a moda. O vestuário das atrizes, como descrito por Calanca, dizia muito sobre seus costumes, dava ênfase aos seus hábitos, que na tela grande pareciam muito mais atraentes ao público.

O início do século XX viu nascer a relação entre moda e cinema. Foi em um contexto de poucos recursos tecnológicos que o figurino se tornou imprescindível para a criação de ícones, astros e divas, que vestidos como seus personagens levam o cinema ao coração do público. A moda no cinema faz muitas vezes a platéia “sonhar acordada” o que remete ao conceito de devaneio (*day dream*) elaborado por Colin Campbell. Campbell define o devaneio como consumo “auto-ilusivo”, que através de projeções imaginativas ampliariam o prazer de uma experiência futura, não sendo mera fantasia por possuir uma variável de possibilidade que a distingue desta. (CAMPBELL, 2001, p.136). Nesse ponto, vale até lembrar que não por acaso muitas atrizes se tornam garotas-propaganda de marcas famosas, como a sul- africana

Charlize Theron, que desde 2004 é o rosto à frente do perfume *J'dore* da grife francesa Dior. A idealização das imagens vistas na grande tela gerava identificação e despertava desejos de consumo ligados à estética e ao mundo da moda.

Aos poucos, a relação entre o cinema e a moda passa a ser percebida pelo mercado como oportunidade de explorar novos negócios. *Mademoiselle* Chanel é contratada por Samuel Goldwyn dos estúdios Metro-Goldwyn-Mayer (MGM), um dos gigantes em Hollywood, para vestir as atrizes no cinema e na vida privada, porque além dos personagens a privacidade dos ícones também endossa modismos, como no caso das garotas-propagandas. A vida fora e dentro das telas das atrizes inspira o estilo de vida de multidões e influencia gostos e preferências ao comunicar determinados padrões estéticos femininos.

Em *Virilhas* (2011) o contexto é bem diferente do hollywoodiano, porque que se trata de uma produção independente, sem compromissos comerciais e não vinculada a estúdios. No entanto, durante o processo de concepção e produção de figurino foi inevitável recorrer a referências cinematográficas e ao trabalho de outros figurinistas para acessar outras experiências práticas que serviriam como referências na execução do trabalho de figurinista e base para pensar reflexiva e comparativamente sobre ele encontrando a resposta para a questão: “De que forma os referenciais do figurinista se articulam na construção do figurino de *Virilhas* ressaltando as particularidades e subjetividades dos personagens da trama?”

## 2. JUSTIFICATIVA

Nas ciências sociais a moda foi objeto de pesquisas esparsas durante muitos anos, como ressalta Giles Lipovestky ainda no prefácio de *O Império do Efêmero* (LIPOVESTKY, 2009, p.9), porém estudos mais recentes, tais como os desenvolvidos por Diana Crane, Grant McCracken, Frédéric Godart e Malcom Barnard, começam a reconhecer o poder dos artefatos da moda, como o vestuário, na interpretação das relações sociais. As décadas de 1990 e 2000 foram testemunhas de um *boom* na produção acadêmica em torno do tema, o que resultou em pesquisas interdisciplinares bem relevantes em estudos denominados *fashion studies* (estudos sobre a moda) ou *fashion-ology* (modalogia) (GODART, 2010, p. 9). No entanto, no final da década de 1970, Mary Douglas e Baron Isherwood já consideravam a moda como parte da dinâmica de significação do mundo, das coisas e pessoas que o habitam. Bourdieu e

Delsaut também se dedicaram ao estudo do campo da moda, mais especificamente da alta costura. Os autores analisam socialmente a relação entre o criador de moda e sua grife (BOURDIEU;DELSAUT, 2002). Mesmo antes, Simmel, em ensaio publicado em 1904 no *American Journal of Sociology*, considera a moda ao falar de subjetividade e coletividade do indivíduo, como mencionado acima.

Todos esses autores, em diferentes épocas, priorizaram uma visão da moda como fenômeno que revela importantes aspectos das interações sociais. Malcom Barnard, em um trabalho recente, também segue este caminho, mas traça um panorama sobre outras abordagens. No entendimento de Barnard a moda pode ser vista como um sistema de comunicação (BARNARD, 2002, p.33). Na mesma linha segue Daniela Calanca que reflete a moda como agente na discussão e negociação de significados em diferentes contextos culturais através do processo de comunicação. A autora argumenta que o ato de se vestir e o próprio vestuário “transformam” corpos e identidades fazendo uma ponte entre o indivíduo e o mundo sendo a roupa a construtora de significados e a moda a linguagem do corpo (CALANCA, 2002, p.17-19). No contexto dessa pesquisa essas categorias se ampliam e a moda é compreendida pelo sentido iluminado por Daniel Miller (1998) que considera o valor simbólico dos objetos da cultura material, nesse caso, as roupas e os acessórios. O antropólogo pensa a relação sujeito-objeto como um processo dinâmico em que coisas e pessoas se significam e re-significam. Seguindo esse entendimento a partir de Miller, este trabalho tem como foco os usos dos artefatos materiais de moda – mais especificamente roupas, calçados e acessórios (englobados aqui dentro da categoria mais ampla de vestuário) – no contexto cinematográfico. Procura-se pensar como acontecem as apropriações recíprocas cinema-realidade social, tendo o figurinista como ator central nesse processo. Este profissional desempenha um papel de mediador entre esses dois mundos ao convergir a realidade cinematográfica e realidade social mais ampla, através da criação ou orientação de trajes a serem usados no cinema, teatro e televisão.

A moda se localiza nesse processo como um sistema de comunicação e linguagem que constrói identidades e organiza repertórios simbólicos dentro e fora da tela, e o vestuário se configura como o suporte material desses significados simbólicos. Essa pesquisa se faz importante pois além de analisar a relação da moda com o cinema procura entender como figurinista articula essas formas de comunicação em seu trabalho.

### 3. OBJETIVO

O objetivo geral dessa pesquisa é discutir os referenciais que inspiram o trabalho do figurinista e problematizar a forma como esses referenciais se articulam em sua prática profissional. A idéia é analisar de que forma o figurinista, planeja, escolhe e toma decisões.

### 4. REFERENCIAL TEÓRICO

#### 4.1 Comunicação, moda e vestuário

Em seu livro *A Sociologia da Moda*, o sociólogo Frédéric Godart chama atenção para o fato do sentido social da moda poder ser compreendido de duas maneiras distintas. Em primeiro lugar ele pode se relacionar à “indústria do vestuário e do luxo”, inclusos os cosméticos, profissionais, empresas envolvidas e suas estratégias, em segundo lugar a “um tipo de mudança social específica” que além do vestuário incluiria outros domínios da vida social e seria caracterizada pelo seu caráter não cumulativo, que substitui o antigo ao invés de acrescentar o novo (GODART, 2010, p.10). Essa última definição é a responsável por diversificar o significado do termo moda, que desde o seu surgimento, na Idade Média Ocidental, não é específico. Segundo Calanca, o uso da palavra é observado entre os italianos do século XVII, de forma genérica, aludindo “explicitamente ao caráter de mutabilidade e de busca da elegância por parte de uma classe privilegiada” (CALANCA, 2002, p.13). Nessa pesquisa são consideradas as duas definições, levadas em conta no início do texto, a primeira por estar ligada à indústria do vestuário e a segunda por caracterizar os lançamentos sazonais típicos dessa sua indústria e consumo.

Justamente por estarem ligadas a diversos âmbitos da vida social, o modo de se vestir e as roupas são assuntos que despertam o interesse dos pesquisadores da moda, porque permitem apreender questões socioculturais mais amplas. Grande parte dos estudos relativos ao tema tem como foco o estudo do vestuário, por ser muito representativo no estudo da moda (CALANCA, 2002, p.16). Talvez a indumentária seja ainda mais representativa por ser uma instância da cultura material, tendo certa valência de linguagem, ou seja, assemelhando-se a um sistema de comunicação de

regras sintáticas e sendo uma “manifestação concreta de idéias mentais particulares” (McCRAKEN, 2003, p.84), idéias por meio das quais o indivíduo marca a sua posição no mundo. No entanto é importante ressaltar que a indumentária como distinção social nem sempre é deliberadamente planejada na vida cotidiana, enquanto que a escolha dos figurinos é por natureza intencional, pois sua função é tornar ainda mais clara a identidade social dos personagens. De fato, as roupas – embora não só elas – oferecem uma série de informações particulares sobre o indivíduo. Nesse sentido, a subjetividade da qual McCracken fala avança em relação a Calanca se relacionando diretamente com Simmel, quando o sociólogo alemão fala sobre individualidade, e convergindo com Miller em seus escritos sobre a relação dialética entre o indivíduo e o objeto. A compreensão do indivíduo se amplia quando entendemos suas roupas como expressão subjetiva.

Os escritos de Alison Lurie em *The Language of Clothes* são importantes por considerarem as similaridades do sistema da moda com a linguagem escrita e falada. A autora considera que há um “vocabulário” do vestir-se, no qual as roupas assumem o lugar das palavras (LURIE, 1992, p.5) e apesar de ocultar uma série de reflexões importantes na compreensão do vestuário como um meio de comunicação, seus escritos auxiliam-nos a entender como o processo de vestir assume a forma de “sintaxe” ou sistema de regras “mais ou menos constante”. Segundo Calanca, essas regras são as responsáveis por dar às roupas o seu significado social codificado no tempo pelo sistema da moda. (CALANCA, 2002, p.16). Considerar a moda como sintaxe ou linguagem como sugerem Lurie e Calanca, não é um equívoco, embora não seja também suficiente para dar conta de toda a complexidade que envolve o objeto aqui estudado, pois quando se trata de cultura material, é importante considerar uma amplitude que vai além. Segundo McCracken os riscos de aplicar ao estudo dos objetos os sistemas classificatórios da lingüística, por exemplo, seriam ponto crucial no entendimento dessas diferenças (McCRAKEN, 2003, p.83), que segundo Miller, consistiriam exatamente na moldura teórica que cerca a lingüística. Tal moldura não se aplicaria ao estudo dos artefatos da cultura material porque é por natureza arbitrária enquanto que a criação de objetos e significados é contínua, híbrida e infinita (MILLER, 1998, p. 5-6).

O vestuário pode ser um poderoso agente transformador de identidades. As roupas são um modo do indivíduo se relacionar com o mundo e os outros indivíduos nas interações sociais. Um bom exemplo seria o filme *Uma Linda Mulher*. A

protagonista é Julia Roberts, e sua personagem uma garota de programa que muda sua conexão com o meio que a cerca (hotéis de luxo, jantares milionários e corridas de cavalo) através das roupas, escolhidas para agradar seu amante rico e seus amigos conservadores. O enredo do filme, recheado de estereótipos sociais, ressalta o fenômeno no qual há a produção de significado através dos trânsitos e interações sociais, nesse caso, a roupa da protagonista é o elemento que modifica o seu papel em determinado tempo e espaço.

No exemplo citado acima, o figurino acompanha o trânsito social da protagonista assim como em *Virilhas* (2011). No curta metragem, as roupas de Dayanne, dizem muito sobre o seu contexto social, personalidade e humor, além de exaltar diferenças entre ela, suas clientes e os demais personagens. Seus brincos e pulseiras são bem diferentes daquelas usadas por suas clientes. Os óculos escuros e correntes de Zeca no momento do *flashback* e a camisa com gravata, na volta do trabalho, são marcadores temporais que acompanham a trajetória do personagem na trama. Voltamos, portanto ao início do texto quando o vestuário é considerado como uma fonte de informações valiosa sobre particularidades do indivíduo. Nesse caso a subjetividade da personagem está implícita em seu figurino e é percebida na trama como parte do universo em que Dayanne está inserida.

#### 4.2 A moda e o cinema

A fotografia, o cinema e o rádio tiveram papel crucial nas décadas que sucederam a 1ª Guerra mundial, como novos meios de comunicação. É nesse contexto que o estilista como artista pode ser pensado em contraponto com seu novo *status* de empresário. O criador de moda, para obter sucesso empresarial, deveria entender as novas mídias que dominavam o imaginário de seus clientes para suprir suas demandas. No início dos anos 1930, Coco Chanel já intuía a esse respeito. As palavras da criadora de moda transcritas por Morini apontam nessa direção:

Para enfrentar o futuro era preciso estudar o meio de comunicação e espetáculo que estava mudando o modo de pensar de meio mundo: o cinema. O teatro tinha perdido o seu papel na cultura popular, não tinha mais condições de impor nem modelos de referências nem modas a um público de massa. Um filme atingia, em tempo curtíssimo, uma quantidade de espectadores que, provavelmente, o teatro jamais atingiria em toda a sua

história. As divas, aquelas para quem todo o mundo olhava para se enamorar, se vestir, se maquiar e se pentear, vinham de Hollywood. Ir aos Estados Unidos era fácil; Hollywood estava recrutando toda uma série de pessoas ligadas à Couture francesa, a quem a indústria cinematográfica oferecia ocasiões únicas para atingir uma fama inesperada e ganhar somas estonteantes. (C. Chanel *apud* MORINI, 2000, p.155)

Os dizeres de Chanel nos mostram de que forma a indústria criativa<sup>1</sup> da moda começa a atentar para a tecnologia do cinema. Se hoje em dia existem designers<sup>2</sup> que apresentam coleções em curtas metragens é porque no início do século passado houve uma aproximação dessas duas esferas. A moda para cinema é nomeada figurino a partir da década de 1920, quando os estúdios hollywoodianos começam a criar ícones de estilo e refletir em seus filmes o espírito da década: a explosão tecnológica, o caráter promocional *do studio system*<sup>3</sup> e o desejo de afirmação de muitas mulheres” (CALANCA, 2002, 148).

A aliança entre moda e cinema se solidifica aos poucos, pois se de um lado os estúdios reconheciam as potencialidades do mercado da moda, de outro os criadores viam na nova mídia uma maneira de ampliar sua atuação. A relação financeira mantida entre esses dois meios permanece até hoje, basta lembrar de coleções de roupas baseadas nos figurinos de personagens do cinema e vinculadas a produtoras de filmes. Um exemplo seria a linha de vestidos de noiva da marca *Alfred Angelo* inspirada no vestido criado pela venezuelana Carolina Herrera para a personagem Bella no filme *Amanhecer* (2011). Nesse caso a relação financeira é mantida entre o varejista, que comercializa as peças, a criadora, responsável pelo design da peça e o estúdio que produz o filme.

No caso de *Virilhas* (2011) o trabalho do figurinista não se prende a vínculos financeiros de nenhuma ordem, por ser uma produção independente. O intuito princi-

<sup>1</sup>Godart define indústria criativa ou cultural como aquelas que possuem como ponto comum o fato de serem caracterizadas “não somente pelo foco da criatividade e da estética no processo de produção, mas também pela primazia do lazer no processo de consumo. (GODART, 2010, p.14)

<sup>2</sup>Estilistas brasileiros, como Alexandre Herchcovitch, e estrangeiros, como Karl Lagerfeld e Alexander Wang, seguem a cada temporada um rigoroso calendário de atividades comerciais que ganha, sazonalmente, apoio audiovisual com a produção de curta-metragens. A coleção Inverno 2011 de Herchcovitch, por exemplo, foi apoiada em dois filmes dirigidos pelo cineasta Christiano Metri, um deles, *Insânia*, é estrelado pela modelo brasileira Luciana Curtis.

<sup>3</sup>Sistema pelo qual empresas de cinema americanas obtiveram controle de todos os aspectos da produção, distribuição e exibição cinematográfica. Na década de 1920, estúdios de cinema, como Paramount e MGM, adquiriram cadeias de cinema a fim de aumentar seu controle vertical sobre a indústria [...] Essas empresas mantinham controle total sobre os tipos de filmes a serem feitos bem como sobre os diretores e atores a serem contratados;[...] É fruto desse meio o “Star System”, no qual alguns atores e atrizes eram preparados para o estrelato, com os executivos dos estúdios[...] divulgando suas vidas glamorizados e mantendo-os sobre controle através de contratos de longo prazo. O sistema caiu após uma decisão da Suprema Corte em 1948. (Encyclopædia Britannica, 2008)



-pal era situar os atores na trama e localizar os personagens de acordo com seu contexto social por meio de suas roupas. Sendo assim a moda entra quando na concepção do vestuário designado para cada um dos indivíduos inclusos no roteiro, como inspiração e base comparativa. Portanto nenhum designer ou marca leva vantagem financeira nesse caso, muito menos o filme, pois não há produto de vestuário comercializado em seu nome.

#### 4.2.1 Os profissionais da moda e os filmes

A moda contemporânea e sua dinâmica devem muito ao trabalho de Charles Frederik Worth (1825-1895), costureiro inglês responsável por inaugurar inovações vigentes até os dias atuais, tais como os desfiles semestrais e utilização de modelos vivos na apresentação de novos *designs*. A atitude empresarial de Worth teria sido decisiva para a emergência do costureiro no processo de autonomização do criador (GODART, 2010, p. 91) que reestruturou o campo da moda. Bourdieu (2002) reflete essa nova estrutura analisando o trabalho do costureiro como criador e fazendo um paralelo com o que ocorreu no século XIX na literatura, quando o romancista se torna a principal figura do campo literário. Lipovetsky, por sua vez, reconhece que “o gesto de Worth é crucial: ele equivale à destruição da lógica secular de subordinação ou de colaboração entre a costureira e sua cliente em proveito de uma lógica que consagra a independência da modelista” (LIPOVETSKY, 2009, p.107). O autor nos ajuda a compreender o momento histórico em que o costureiro ganha o status de criador, dispensando, portanto, a intervenção da clientela em seu processo de criação, considerando “criador” aquele responsável por criar designs de moda (GODART, 2010, p.92).

Mais recentemente Frédéric Godart (2010) escreve sobre esse mesmo processo dividindo-o em duas etapas, uma em relação aos clientes, que cessaram de ditar seus gostos aos criadores e outra em relação aos industriais que, ao impor a grife o nome do criador, reconheciam o seu valor vendável (GODART, 2010, p. 95).

Compreender historicamente a profissão do criador de moda é importante no entendimento do princípio de personalização que se manifesta na moda indumentária. O destaque do criador à frente de sua grife é um reflexo do seu trabalho como modelista, ou seja, fruto do reconhecimento dos seus *designs*, que segundo Godart,



carregam uma essência “eminente individual”, como o ato de se batizar uma criança recém-nascida (GODART, 2010, p. 97). Essa essência nos faz voltar aos escritos de Miller (2006) e a dialética entre pessoas e coisas: o significado das roupas não está somente inscrito em sua superfície, vai além das formas que as definem como tal e se estende ao uso dessas roupas em contextos sociais. Ele começa a ser definido no processo de criação, mas é permanentemente construído.

Esse criador reconhecido pelo seu público como essência criativa de sua grife entra em contato com o cinema quando os grandes estúdios começam a perceber que os devaneios do público poderiam lhes render muito com a concretização dos desejos ligados à estética dos filmes, voltando, portanto, ao que Campbell chama de consumo “auto-ilusivo”. É nesse ponto que o cinema reconhece na moda e nos seus criadores potenciais parceiros e vice-versa. Se para os criadores surgia a oportunidade de alavancar a carreira e tornar-se célebre entre os consumidores de moda, a indústria cinematográfica via aí uma oportunidade de afirmação do *star system* e de sua plataforma baseada na criação de ícones que alimentavam a indústria e estimulavam o consumo.

O contato do criador de moda com o cinema, através de associações como a que Coco Chanel fez com a MGM, estimulou os estúdios a montarem equipes especializadas em desenvolver vestimentas específicas para os filmes. Em 1924 a Paramount Pictures, um dos estúdios mais produtivos da época, já havia estabelecido um departamento de figurino. Entre os seus contratados estava Edith Head, um dos nomes de maior peso na história da moda cinematográfica e oito vezes vencedora do Oscar de melhor figurino. A tarefa de Head era associar criação de moda e os roteiros para o cinema, de modo a criar vestimentas que inspirassem as atrizes em seus papéis e o público que as assistia. O trabalho da figurinista começa a extrapolar os limites impostos pelos filmes adentrando a vida das mulheres que viam os seus designs no cinema. Edith Head monta sua própria grife e passa a criar não só para estrelas hollywoodianas em sua vida particular, mas para mulheres importantes da sociedade norte americana. O figurinista vai ganhando aos poucos o *status* de criador de moda para o cinema, nesse caso o de responsável pelo *design* dos artefatos de vestuário usados nos filmes. Considerando moda um sistema de comunicação e o vestuário como artefatos desse sistema, o figurino nada mais é do que uma reordenação desses artefatos em determinado contexto cinematográfico. O trabalho do figurinista, mesmo que este seja um criador de moda, é comandar essa reorganização de acordo com o

roteiro. Se o enredo se desenrola durante a década de 1920, como na versão cinematográfica de *The Great Gatsby* (1974), o figurinista, nesse caso o americano Ralph Lauren, busca na realidade dessa época a motivação necessária para criar as roupas usadas pelos atores.

É importante compreender a linha tênue que separa o trabalho do criador de moda e do figurinista para entender suas diferenças e similaridades. No papel de intérprete da moda como linguagem, o figurinista fica livre para fazer empréstimos de outros criadores, por exemplo. Já o criador de moda fica obrigado a atender a questão da personalização que o torna chefe de sua grife, como comentado por Godart (2010) quando afirma que essa diferenciação está ligada ao sentido social dos artefatos produzidos por cada um desses profissionais. Enquanto a roupa assinada pelo criador de moda tem um valor de originalidade e novidade, o vestuário utilizado pelos figurinistas no ambiente cinematográfico tem por obrigação comunicar a identidade dos personagens, e para isso precisa, em primeiro lugar, estar inserida no tempo e espaço em que eles vivem antes mesmo de remeter a uma idéia de originalidade ligada ao ineditismo. O próximo tópico se detém em aprofundar essas questões.

À frente do figurino de *Virilhas* (2011) me senti livre para refletir comparativamente sobre o trabalho, de figurinistas como Milena Canonero e criadores de moda, como Jean Paul Gaultier e Donna Karan. Procurei dentre estes trabalhos referências visuais e metodológicas para basear minha tarefa, ainda em desenvolvimento. Essa reflexão me possibilitou conhecer diferentes métodos e técnicas utilizadas por esses profissionais além de pensar sobre as diversas formas de abordar os mesmos temas e inspirações.

#### 4.2.2 A criação de moda para o cinema

A década de 50 foi marcante na carreira de Edith Head; a figurinista comemorava a vitória ao Oscar por duas vezes consecutivas, com *Roman Holiday* (1953) e *Sabrina* (1954), respectivamente. Coincidentemente, os dois filmes premiados tinham no papel da protagonista a mesma atriz: Audrey Hepburn. Belga de nascença, Hepburn se consagrara como um dos nomes de maior destaque no cinema na década corrente, inspirando uma legião de jovens com sua beleza e o trabalho de um dos maiores criadores de moda de todos os tempos, o francês Hubert de Givenchy. Não demorou muito até Givenchy cruzar o caminho de Head, a respeitada profissional

hollywoodiana. Foi em *Sabrina* (1954) a primeira vez que os dois se encontraram, por meio dos esforços da própria Audrey Hepburn. De um lado a atriz e seu criador favorito e de outro a lenda viva dos figurinos cinematográficos. No meio do duelo o diretor Billy Wilder e sua missão: atender aos anseios de Hepburn sem desacatar o ego de Edith Head. A solução encontrada não beneficiou a ambos – o peso do nome de Head era mais importante para o sucesso do filme, sendo assim, a figurinista acabou levando os créditos pelo trabalho de Givenchy. Algo similar aconteceu recentemente entre a figurinista Amy Wescott e as irmãs Kate e Laura Mulleavy da grife americana Rodarte. Kate e Laura, que criaram os figurinos do filme *Black Swan* (2010), reclamaram publicamente em revistas e sites especializados da atitude de Wescott ao negar ao duo os créditos implícitos em suas criações.

Apesar de não serem casos em que o trabalho do figurinista em conjunto com o criador de moda resultou em créditos para os dois lados, os exemplos citados acima são importantes para que possamos compreender de que forma o trabalho do figurinista dispõe da liberdade de buscar em peças assinadas por criadores a essência do personagem. Hoje em dia, exceto em casos isolados como o das Mulleavy, o figurinista e o criador de moda conversam com mais fluidez no ambiente cinematográfico, como podemos perceber pelo número de produções recentes em que os dois profissionais tem seus trabalhos entrelaçados sem que haja descrédito para um dos lados. Um exemplo é o filme *O Diabo Veste Prada* (2006), onde tanto a figurinista Patrícia Field quanto a criadora Miuccia Prada levam os créditos pelo figurino.

Com exceções dos filmes assinados com figurinos originais, (aqueles em que o figurinista assume a função de criador de moda para cinema) grande parte da produção cinematográfica moderna incorpora peças de vestuário já assinadas por grifes. Nesse último caso o figurinista assume também a função de curador, ou seja, seleciona peças de roupa que podem integrar o vestuário dos personagens. Dois exemplos distintos que servem para ilustrar essa diferença seriam os filmes *Marie Antoinette* (2006) e *Sex and the City* (2008). No primeiro caso a figurinista Milena Canonero assumiu a função de criadora, ou seja, se responsabilizou por parte dos *designs* usados e criados especialmente para as filmagens. Já no segundo caso, o próprio roteiro demanda que o figurino seja composto com peças de grifes e criadores famosos, uma vez que a personagem principal é uma grande consumidora dessas marcas. O trabalho da figurinista Patricia Field (que também é estilista), tanto no caso

de *Sex and the City* quanto no de *O Diabo Veste Prada*, foi interpretar a identidade das personagens e relacioná- aos significados das peças e das respectivas marcas.

Refletir sobre a dinâmica de trabalho de profissionais como Field é importante para entender o papel do figurinista nos dias de hoje. Em constante deslocamento, a função do figurinista pode incorporar tanto aspectos do trabalho do criador de moda, quanto do *stylist*, profissional definido por Marco Sabino como aquele responsável pela edição e seleção das roupas a serem usadas em determinado momento (2007, p. 563) ou por Sue Jenkin Jones como intérprete ou responsável pelas imagens de moda que coordenam determinada aparência (2005, p. 209). Entender que o trabalho de figurinista não está restrito a um conjunto de técnicas pré-determinadas e que pode circular por diversas áreas ligadas à moda, desde a criação ao *styling*, foi imprescindível para que a reflexão sobre o figurino do curta-metragem *Virilhas* (2011) pudesse ser proveitosa e produtiva.

## 6. METODOLOGIA

Assim como existe uma organização metodológica no trabalho acadêmico também existe uma série de critérios e particularidades relativos à condução do trabalho de qualquer outro profissional. Lopes define a metodologia na pesquisa como os métodos usados no decorrer do trabalho, ou seja, “um conjunto de decisões e opções particulares que são feitas ao longo de um processo de investigação (1990, p. 81). Essa pesquisa se inicia a partir da problematização dessas decisões e opções, quando relativas ao trabalho de concepção do figurino do curta metragem *Virilhas*, produzido por alunos do curso de Audiovisual da UnB no segundo semestre de 2011. O exercício prático de seleção de peças de vestuário para composição de figurino antecede, portanto, a reflexão teórica mais aprofundada proposta no problema de pesquisa sobre a relação histórica entre moda e cinema.

Ao assumir a tarefa de figurinista e executá-las, terminei por incorporar também uma atitude reflexiva sobre esta prática profissional. Essa auto-reflexividade emergiu do campo, como uma necessidade de incorporar novas dimensões analíticas sobre o objeto, a pensá-lo como um “problema”. Nessa dinâmica as duas coisas caminharam juntas, embora a sistematização mais aprofundada tenha ocorrido após o trabalho como figurinista. O desafio foi realizar o exercício da relativização para apreender maiores complexidades. Isto foi importante porque me permitiu perceber o figurinista como um mediador, pois ele participa da construção de narrativas ao escolher as roupas e define situações ao fazê-lo, além de atentar para o fato de que o figurino constitui processo comunicacional.

Esse trabalho foi dividido em dois níveis: um mais prático-operacional (o trabalho como figurinista no curta *Virilhas*) e outro teórico-reflexivo (a reflexão sobre o trabalho no curta e sobre o trabalho do figurinista num sentido mais amplo), nesse caso o confronto entre a pesquisa bibliográfica e a experiência profissional permitiu ampliar o horizonte investigativo.

No que diz respeito à parte mais operacional deste trabalho, a primeira etapa no desenvolvimento do figurino do filme foi a leitura detalhada do roteiro, o que incluiu a contagem de personagens na trama e o número de cenas em que estavam envolvidos, para que de início se pudesse estimar as dimensões do trabalho. A compreensão do universo em que os personagens estavam inscritos, tanto subjetivamente quanto coletivamente, foi feita durante reuniões com as diretoras

Mariana Amaral e Ana Maria Ultra, responsáveis pelo roteiro do curta-metragem. Montou-se, portanto uma planilha de referências para cada personagem, baseada em imagens de outros filmes, seriados de televisão, desfiles de moda e celebridades, identificando padrões como cores, estampas e modelagens de roupa mais adequadas a cada um. O intuito era construir uma base de imagens referenciais que associada ao roteiro pudesse me fornecer informações sobre o vestuário dos indivíduos da trama. Seria mais fácil para os atores, na incorporação dos personagens, se as roupas selecionadas fossem próximas da realidade do roteiro.

Após a leitura do cronograma geral, montado pelos assistentes de direção, foi possível identificar o número de *looks*, ou figurinos, usados em cada um dos cinco dias de filmagem, bem como o número de repetições, ou seja, roupas usadas em mais de uma cena.

O exercício prático se torna mais intenso com a coleta de medidas dos atores e seleção de peças em lojas distribuídas por Brasília e cidades do entorno, como Guará. As roupas foram selecionadas com base nas referências propostas e aprovadas pela dupla de diretoras e nas medidas dos atores. Depois da prova de figurinos, que consistiu em selecionar as peças mais adequadas ao biótipo dos intérpretes, montou-se um guarda-roupa para cada um dos personagens. Por final a experiência no *set* de filmagem consistiu em organizar a entrada dos *looks* em determinada cena de acordo com o roteiro.

A realização do trabalho prático acompanhou a reflexão teórica. A análise qualitativa do objeto se inspira na definição de abordagem qualitativa expressa por Lucia Santaella, que “ressalta as significações que estão contidas nos atos e práticas” (2001, p. 144), e isto se justifica porque se busca, aqui, a compreensão particular da relação entre moda e cinema por meio do exercício profissional do figurinista. Neste empreendimento, a pesquisa bibliográfica é compreendida nos moldes de Ruiz, como um exame para levantamento e análise do que já se produziu sobre determinado assunto (1996, p.58), e isto fundamenta e auxilia a compreensão histórica da relação entre moda e cinema. A compreensão histórica, por sua vez, descortina uma trajetória que culmina na problematização de como essa relação se dá em contextos sociais, culturais e comunicacionais mais recentes.

## 6.1 Projeto, concepção e produção

Se o propósito dessa pesquisa é analisar a relação entre moda e cinema, como formas de comunicação, a produção do figurino do curta-metragem *Virilhas* (2011) é um exemplo da diversidade de atividades em que o profissional de comunicação pode se envolver. Os tópicos abaixo são dedicados à descrição dos processos que tiveram como resultado o figurino utilizado nas gravações do filme.

### 6.1.1 Pré-Produção

Para a compreensão do trabalho que foi realizado em *Virilhas*, segue uma sinopse do curta-metragem e a legenda com o perfil dos personagens. Isso ilustra o panorama que guiou a definição do figurino, detalhada em seguida.

**Sinopse:** *Virilhas* é inspirado no dia a dia dos salões de beleza espalhados pelas quadras comerciais de Brasília. Mais informais do que os luxuosos centros estéticos de *shopping centers*, os lugares são cheios de estórias bem peculiares envolvendo muitos comentários sobre a vida alheia. Dayanne é uma das personagens que se inserem nesse contexto. Depiladora há vários anos, se cansou de ouvir fofocas e segredos de alcova de muitas mulheres, sem dar muito crédito a eles. No entanto, Lady Di, como é chamada por algumas clientes, vê em sua frente uma oportunidade de aumentar seus rendimentos financeiros e ajudar o marido Zeca, um malandro a quem o trabalho não agrada muito. A receita estava em suas mãos, ou melhor, em seus ouvidos. Tudo o que ela deveria fazer eram ligações anônimas e ameaças convincentes.

Perfil dos personagens: (considerando os mais significativos na trama)

**Dayanne:** Protagonista do filme. Depiladora, beira os 30 anos, casada com Zeca, faz questão de proteger sua vida matrimonial a qualquer custo. Feminina e amorosa, não lhe agradam muito os exageros e a falta de pudor de suas clientes.

**Zeca:** Marido de Dayanne. Recém desempregado, Zeca não se empenha em arrumar outro emprego, prefere ficar em casa e usar o seu charme para convencer a mulher de que ela precisa aumentar seus rendimentos como depiladora a fim de garantir o sustento do casal.

**Sílvia:** Rica e infiel, Sílvia é uma das clientes mais assíduas de Dayanne, e a considera uma confidente. Engana o marido com o sócio sem pudores e não poupa esforços para se superar como amante.

**Rebecca:** Ao contrário de Sílvia, Rebecca trabalha e procura da vida mais do que sexo. No entanto, também é casada e não se sente mal por trair o marido com um tal de Barbosa.

**Sueli/Suzana:** Mulher de meia idade, *expert* em intervenções estéticas e dona do salão onde trabalha Dayanne.

**Michael:** Um dos únicos amigos íntimos de Dayanne, Michael corta cabelo no salão de Sueli, é gay e tenta chamar a atenção da amiga para os prazeres da vida.

-Tabelas de Referência:

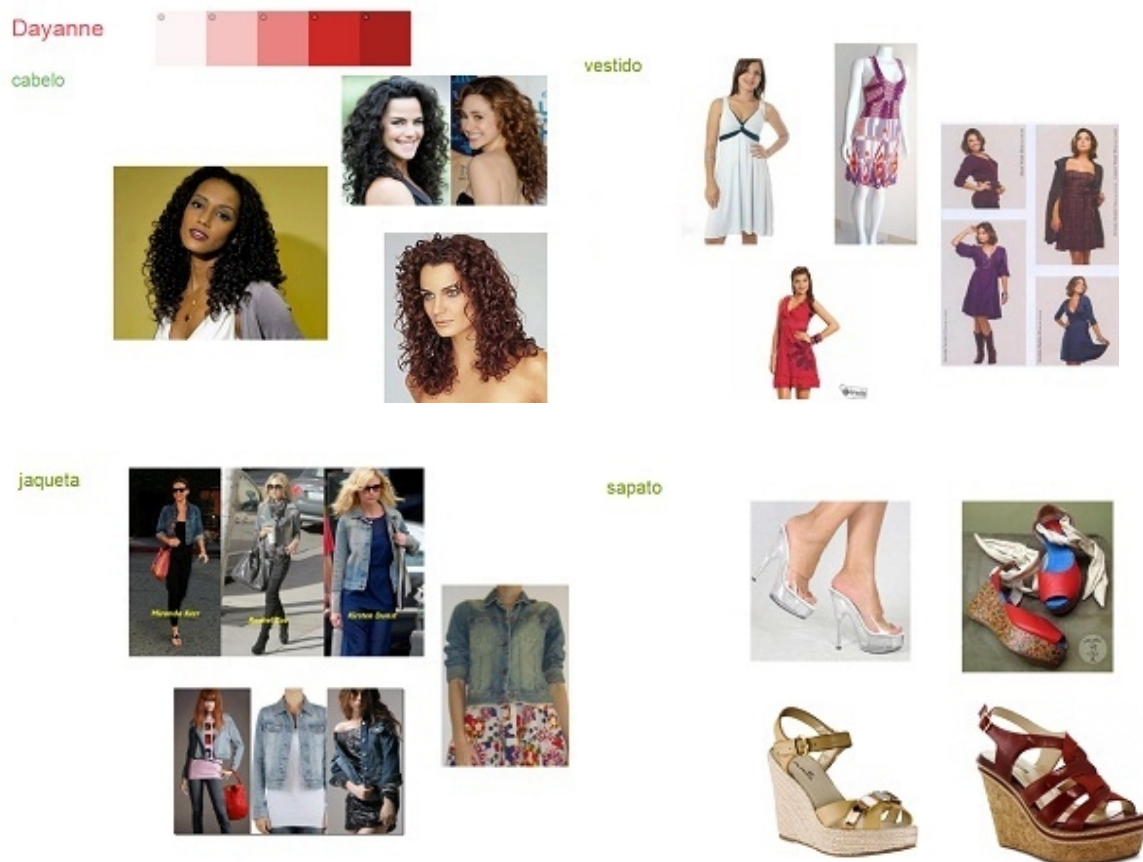
Antes de se iniciar o trabalho houve uma reunião de *briefing* com as diretoras. Nela foram passadas a sinopse e o perfil dos personagens como descritos acima. A partir dessas informações procurou-se harmonizar as referências trazidas por Ana Ultra e Mariana Amaral e o roteiro, de forma a construir uma tabela referencial para basear a seleção de peças de figurino. A tabela segue reproduzida abaixo:

Referência	Diretor	Justificativa	Pontos Centrais
Caramelo (Líbano - 2007)	Nadine Labaki	Várias coincidências são observadas entre o roteiro de <i>Caramelo</i> e o de <i>Virilhas</i> , como o fato das protagonistas serem ambas funcionárias de salão de beleza e dos conflitos girarem em torno de situações típicas do cotidiano feminino.	-Cores Quentes, como vermelho e laranja; -Roupas decotadas; -Estampas marcantes lembrando peles de animais; -Acessórios como brincos de argola; -Vestidos de comprimento médio (até a altura do joelho);
Volver (Espanha - 2006)	Pedro Almodóvar	Os dramas femininos reaparecem novamente em <i>Volver</i> aliados ao visual provocativo que não dá margem ao apelativo.	-Estampas Florais; -Roupas Decotadas; -Saias de comprimento médio (até a altura do joelho);



A Grande Família (Brasil - exibida pela Rede Globo desde 2001)	Mauro Mendonça Filho	Dessa vez a referência aparece como bússola para a construção visual do filme. Referência principal da equipe de arte, na qual o figurino está, por natureza, incluso.	-Cores pastéis; -Estampas Tradicionais: “Listras”, “Bolinhas” e “Xadrez”; -Modelagem descomplicada: camisa e calça de alfaiataria.
--	----------------------	--	--

A segunda etapa foi baseada na construção de outra planilha de referências, dessa vez mais específica, envolvendo cada personagem. O intuito era poupar tempo na seleção de peças, a etapa seguinte. Esta planilha incluiu pontos como cores, *design* de peças e estampas, dessa vez, centralizadas na individualidade de cada um dos personagens como observado no exemplo abaixo. Além de ser mais detalhada ela complementa com referências visuais e fotografias a tabela anterior.



A cartela de cores assim como os outros itens que foram incluídos na tabela se baseiam na construção simbólica desses elementos. O vermelho e os tons que derivam dessa matiz não ficam isolados à força que transmitem para a percepção visual, os tons também podem ser relacionados à paixão e feminilidade da personagem principal, assim como os florais, as texturas de palha, madeira, tudo faz parte da construção daquilo que Daniel Miller e Suzanne Küchler mencionam como “cosmologia”. No caso de Dayanne, por exemplo, são esses objetos, artefatos da cultura material, aliados a outros elementos de cenografia, que corroboram para a construção do universo da personagem. Meu trabalho como figurinista foi apontar, por meio da análise social de Dayanne e do contexto delimitado pelo roteiro, o vestuário adequado à sua personalidade, para isso buscou-se como referencial as imagens contidas na tabela.

Ainda nessa fase, foram levantadas as medidas de cada um dos atores do elenco:

ATOR	PERSONAGEM	PESO	ALTURA	MANEQUIM	SAPATO
KAMALA	SÍLVIA	70	1,67	44	35

### 6.1.2 Produção

A seleção de roupas foi realizada do dia 21 ao dia 23 de setembro de 2011 em duas lojas em Brasília. A escolha das lojas foi feita considerando o fato de eu já ter contato com os proprietários, advindo de outros trabalhos, a disponibilidade dos lojistas no empréstimo e o número de peças em acervo. As peças selecionadas nas duas lojas foram associadas de forma a chegar nos figurinos adequados ao filme:

-Retrô-Ativa: Com um acervo dividido em um espaço de três andares em um endereço situado na quadra 402 norte, as sócias Maria Cândida Muniz Trigo e Beatriz Barreto fundaram a loja com o objetivo de reunir peças *vintage*, em um brechó, e criações de novos *designers* de Brasília, como a estilista Cintia Taira.

-Boca-Boca Brechó: Localizado na cidade-satélite do Guará o brechó Boca-Boca reserva peças que vão desde casacos de pele a acessórios.

No encontro informal com os donos das lojas foi proposto um acordo baseado em uma “carta de contrapartida”, escrita pelo produtor do filme, Felipe Ramos. As roupas selecionadas ficariam livres para serem utilizadas nas gravações e ajustadas às

medidas dos atores e as lojas teriam seu nome vinculado ao material de divulgação e nos créditos de *Virilhas* (2011). A negociação ocorreu sem imprevistos e a única garantia pedida pelos lojistas foi a inclusão de seus respectivos nomes nos créditos do filme como “colaboradores”. As peças foram selecionadas tendo como base a planilha de referências e medidas, elaboradas na pré-produção. Antes da prova de figurino, as roupas foram contabilizadas e descritas com o objetivo de evitar prejuízos na etapa de pós-produção, na qual estava prevista a devolução das mesmas:

PEÇA	DESCRIÇÃO	LOJA
BLUSA D&G	POLIÉSTER/ESTAMPA FLORAL	Retrô-Ativa
REGATA CARMIN	SEDA/ESTAMPA DE ROSAS AZUIS	Boca-Boca

Na prova de figurino foram descartadas peças que não ficaram de acordo com as medidas e montados os *looks* que seriam utilizados durante os cinco dias de gravação. Para tal foram reconsiderados fatores como: número de dias cênicos, ou seja, dias que se passam na trama, e as referências coletadas na pré-produção. Para melhor organização foram montadas tabelas referentes ao figurino de cada um dos personagens:

Figurino	Descrição
D1	Blusa coral e calça florida
D2	Short jeans e blusa florida D&G
D3	Short e blusa florida transparente
D4	Lingerie
D5	Blusa azul florida e saia preta
D7	-Vestido florido vermelho
D7.1	-Blusa branca estampada e saia marrom
D7.2	-Vestido verde florido FARM
D8	Pijama 1 (Camisola de seda salmão)
D9	Pijama 2 (Camisola de seda rosa)
D10	Pijama 3
D12	Blusa azul Victoria's Secret e saia branca
D13	Camiseta Branca, Jeans e Boné
D14	Vestido verde florido
D15	Saia longa florida e blusa algodão rosa.

Tabela referente aos figurinos da personagem Dayanne

O trabalho durante as filmagens consistiu em organizar a entrada dos figurinos de acordo com o roteiro, realizar as trocas de roupa e agilizar soluções para possíveis acidentes com as peças. O planejamento teve como base a agenda diária (em anexo) enviada pela assistente de direção. Não houve imprevistos durante o percurso

### 6.1.3 Pós-produção

A Pós-produção consistiu em realizar a devolução das peças baseando-se na tabela feita na etapa de produção contendo a descrição das roupas. Não houve custo com estragos ou perda de peças. Como a finalização da montagem do filme foi marcada para o dia 12 de dezembro, data posterior à entrega deste trabalho, a amostra audiovisual apresentada consiste em um vídeo de 1 minuto de duração com imagens selecionadas em conjunto com a equipe de edição e montagem do filme. O *teaser* é dedicado especificamente ao figurino, por isso imagens que destacam as peças de roupas foram priorizadas, para que se pudesse ter uma melhor noção do produto em questão.

## CONCLUSÃO

Ao considerarmos a moda como uma forma de comunicação e os artefatos da cultura material, como o vestuário, uma valiosa fonte de informação sobre os indivíduos, fica evidente que o significado das roupas pode ultrapassar o seu sentido físico, ligado meramente à sua forma e utilidade. Em *Virilhas* (2011) o trabalho prático foi articular determinadas peças a outras para chegar a um objetivo bem definido: comunicar a identidade dos personagens e situá-los na trama. Nesse ponto, o caráter simbólico da indumentária foi crucial na seleção de roupas, que nesse contexto cinematográfico específico tem seu sentido literal ampliado para novas interpretações.

A produção do figurino do curta-metragem serviu como experiência prática na qual moda e cinema dialogam em um mesmo espaço social. Isto foi imprescindível para que a observação mais detalhada do trabalho do figurinista fosse feita, assim como a problematização da dinâmica que envolve seus referenciais, o roteiro e a construção de personagens. O profissional assume tarefa de mediador entre a realidade social e realidade do roteiro, associando-as, como podemos perceber nas tabelas de referências desenvolvidas no decorrer do projeto.

As roupas selecionadas são fruto das associações mencionadas anteriormente. Não vinculadas a nenhum compromisso com o ineditismo, nesse caso, as peças tem por obrigação fazer parte da argumentação sobre a identidade dos indivíduos. O figurinista fica livre para trabalhar com suas próprias criações ou com criações de *designers* de moda, por exemplo, sua sorte é poder trabalhar com artefatos que tem seu significado simbólico permanentemente construído, ou seja, o valor de uma peça na passarela difere de seu valor enquanto figurino.

Os referenciais do figurinista servem como suporte e base comparativa para a construção do guarda-roupa dos personagens, parte do universo em que estão inseridos. Quanto mais próximos desse universo mais eficientes serão os referenciais. A partir daí a prática profissional de construção de personagens encontra mais um canal para lograr êxito.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAILLEUX, N. La moda. **Usi e costumi del vestire**. Trieste: Electra/Gallimard, 1996.
- BARNARD, Malcom. **Fashion as communication**. Nova Iorque: Routledge, 2002.
- BARTHES, Roland. **Sistema da Moda**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009
- BOURDIEU, Pierre; DELSAUT, Yvette. O Costureiro e Sua Grife. In: **A Produção da Crença**: contribuição para uma economia dos bens simbólicos. São Paulo: Zouk, 2002.
- CALANCA, Daniela. **História Social da Moda**. São Paulo: Senac, 2008.
- CAMPBELL, Colin. **A Ética Romântica e o Espírito do Consumismo Moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.
- CRANE, Diana. **A Moda e seu Papel Social**: classe, gênero e identidade das roupas. 2 ed. São Paulo: SENAC, 2006.
- DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O Mundo dos Bens**: para uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004.
- GODART, Frédéric. **Sociologia da moda**. São Paulo: Senac, 2010.
- JONES, Sue Jenkyn. **Fashion design**. Nova York: Watson Guptill Publications, 2005
- KÜCHLER, Susanne; MILLER, Daniel. **Clothing as Material Culture**. Nova Iorque: Berg, 2005.
- LIPOVETSKY, Gilles. **O império do Efêmero**. São Paulo, 2009.
- LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. **Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 2003.
- LURIE, Alison. **The Language of Clothes**. Londres: Bloomsbury, 1992.
- McCRACKEN, Grant. Vestuário como linguagem: Uma lição objetiva no estudo das propriedades expressivas. In: McCracken, Grant. **Cultura e Consumo**: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo. p. 83-98. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.
- MORINI, Enrica. **Storia della moda: XVIII-XX secolo**. 2 ed. Roma: Skira, 2000.
- RUIZ, João Álvaro. **Metodologia científica**: guia para eficiência nos estudos. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1996

SABINO, Marco. **Dicionário da Moda**. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2007.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação e Pesquisa**. 1.ed. São Paulo: Editora Hácker, 2001.

SIMMEL, Georg. **On Individuality and Social Forms**. Chicago: University of Chicago Press, 1971.

\_\_\_\_\_. Fashion. In: **The American Journal of Sociology**. New York, p. 541-558, May, 1957

## FILMES

**A Saga Crepúsculo: Amanhecer Parte 1**. Bill Condon. Estados Unidos, 2011.

**Bonequinha de Luxo**. Blake Edwards. Estados Unidos, 1961.

**Black Swan**. Darren Aronofsky. Estados Unidos, 2010.

**Caramelo**. Nadine Labaki. Líbano, 2007.

**Juventude Transviada**. Nicholas Ray. Estados Unidos, 1955.

**Marie Antoinette**. Sofia Coppola, Estados Unidos, França e Japão, 2006.

**O Diabo Veste Prada**. David Frankel. Estados Unidos, 2006.

**O pecado mora ao lado**. Billy Wilder. Estados Unidos, 1955.

**Roman Holiday**. William Wyler. Estados Unidos, 1953.

**Sabrina**. Billy Wilder. Estados Unidos, 1954.

**Sex and the City**. Michael Patrick King. Estados Unidos, 2008.

**The Great Gatsby**. Jack Clayton. Estados Unidos, 1974.

**Uma Linda Mulher**, Garry Marshall. Estados Unidos, 1990.

**Virilhas**. Ana Maria Ultra e Mariana Amaral. Brasil. 2011

**Volver**. Pedro Almodóvar. Espanha, 2006.

## SÉRIES DE TELEVISÃO

**A Grande Família.** Rede Globo. Brasil, desde 2001.

## INTERNET

MODISMONET. Charlize Theron contracena com divas em novo comercial. In: MODISMONET.COM, 05 set 2011  
Disponível em: <http://www.modismonet.com/2011/09/charlize-theron-contracena-com-divas-em-novo-comercial/>  
Acesso em: 22 nov 2011

\_\_\_\_\_. Ralph Lauren Verão 2012. In: MODISMONET.COM, 06 set 2011  
Disponível em: <http://www.modismonet.com/2011/09/ralph-lauren-verao-2012/>  
Acesso em: 10 nov 2011

\_\_\_\_\_. Discussão acirrada entre figurinistas de Black Swan. In: MODISMONET.COM, 01 fev 2011  
Disponível em: <http://www.modismonet.com/2011/02/discussao-acirrada-entre-figurinistas-de-black-swan/>  
Acesso em: 10 nov 2011

\_\_\_\_\_. Cópia do vestido de Bella Swan já está no forno. In: MODISMONET.COM, 16 ago 2011  
Disponível em: <http://www.modismonet.com/2011/08/copia-do-vestido-de-bella-swan-ja-esta-no-forno/>  
Acesso em: 22 nov 2011



**ANEXOS:**

**Roteiro**

VIRILHAS

um roteiro de

Mariana Amaral e  
Ana Maria Ultra

mari.petite@gmail.com  
anaulta@gmail.com



FADE IN

INT. SALAO - DIA

Plano sequência que segue DAYANNE (30), depiladora, morena, alta, cabelos cacheados. Ela entra no salão de beleza. É um lugar razoavelmente pequeno, muito colorido. DAYANNE cumprimenta uma manicure que faz as unhas de uma cliente, manda um beijinho para o cabeleireiro que escova o cabelo de uma cliente. Ela vai até um balcão, cumprimenta Suzana, a dona do salão, checa sua agenda do dia e entra em uma salinha separada, a sala de depilação.

corta para:

INT. SALA DE DEPILAÇÃO - DIA

DAYANNE encontra SILVIA (30), que está sentada na maca de pernas abertas.

SILVIA, a cliente, é loira, alta. Seus brincos, pulseiras e colares são todos muito extravagantes e seu longo cabelo loiro pintado lembra pessoas como Bruna Surfistinha.

A sala de depilação é pequena, cabem apenas uma maca e uma mesinha onde ficam os objetos de depilação. Há quadros de paisagem na parede, algo entre o brega e kitsch.

DAYANNE dá play no microsystem e começa a preparar a ceras.

SILVIA

Ooooooi Lady Daaaay

DAYANNE

Que quê aconteceu pra você chegar  
tão cedo?

SILVIA

Menina, hoje tenho encontro marcado  
com MM\* depois do almoço! Tenho que  
ficar linda antes disso né?? Nossa  
suíte no Flamingo tá só esperando!

DAYANNE

Flamingo?

(CONTINUA)

CONTINUA:

SILVIA

é, Dayanne, aquele motel lá perto do Colorado. Eu já te contei disso tava com o MM lá semana passada. Nossa, ele é tão bom... Como é possível um cara desse nível trabalhar com o Marcos... Então, a gente reservou a suíte Nova York!! Falei pro Marcos que vou almoçar na minha mãe.

Silvia continua falando, mas sua voz vai diminuindo até ficar ao fundo. DAYANNE fala consigo mesma enquanto isso.

DAYANNE (V.O)

Putá que pariu. É só abrir as pernas que ela acha que precisa falar putaria.

DAYANNE gruda o papel com a cera na virilha de SILVIA com cuidado e puxa.

SILVIA

Ai! Você já leu o Armando Peníades, querida? O MM me deu um livro dele. Literatura erótica, a gente já leu uns 50 poemas. Você podia experimentar isso com o Zeca!

DAYANNE

A gente não precisa disso não...

DAYANNE pega outro papel com cera e o posiciona na virilha de SILVIA

SILVIA

Apimenta a relação, sabia? Eu te empresto meu livro, vocês pegam essa suíte Nova York, que segunda-feira tem desconto!

DAYANNE puxa cera com força

SILVIA

Ai, Lady Day!!! Puxa devagar!!

(CONTINUA)

CONTINUA:

DAYANNE

O Zeca não gosta muito de literatura. Vai querer a cavada ou peladinha?

SILVIA

Faz bigodinho. E esse Zeca aí, gosta de que hein?

DAYANNE revira os olhos e se vira para pegar outro papel com cera.

(CONTINUA)

DAYANNE

De boceta normal.

DAYANNE puxa cera com força novamente.

SILVIA

Ai!!! Vai com calma, não me deixa manca!

CORTA PARA:

EXT. PORTA DO SALAO - FIM DE TARDE

Fim de expediente, DAYANNE e MICHAEL arrumam o salão para irem embora. Ela faz contas no balcão enquanto ele varre o chão.

MICHAEL

Day, tô indo encontrar as meninas lá no karaokê, cê vai comigo, né?

DAYANNE

Ah, Michael, hoje é quinta... por que vocês sempre marcam na quinta?

MICHAEL

Só porque quinta-feira é o dia mais badalado! Porque você tem que ficar toda quinta com Zeca?? Você já mora com ele, sai com a gente!

DAYANNE

É que quinta ele sai mais cedo do trabalho, a gente sempre compra um vinhozinho...

(CONTINUA)

CONTINUA:

MICHAEL

Ai, meu deus, haja amor, hein! Cês  
tão casados a quanto tempo??

DAYANNE

Vai fazer oito anos já, mas sempre  
foi esse grude... desde que a gente  
se conheceu.

CORTA PARA FLASHBACK

EXT. QUINTAL - DIA

DAYANNE e MARIA, oito anos antes, estão de pé, bebendo  
cerveja, olhando para as pessoas de um churrasco que  
acontece ao som de uma banda de pagode, quando ZECA,  
aparece e caminha aparentemente em direção a Dayanne, mas  
ao se aproximar, cumprimenta Maria.

MARIA

Dayanne, esse aqui é o Zeca

FIM DO FLASHBACK

CORTA PARA

EXT. PORTA DO SALAO - FIM DE TARDE

DAYANNE e MICHAEL trancam o salão e caminham até a parada  
de ônibus.

MICHAEL

Mas aí como é que é? ele sai mais  
cedo, vocês ficam bebendo vinho,  
toda quinta feira, há oito anos...

DAYANNE

É nossa lua de mel da semana né? A  
gente fica junto, se curtindo, faz  
umas brincadeiras...

MICHAEL

Se curtindo, Dayanne??

DAYANNE

Ah, não, é porque ele é muito  
cuidadoso, né... o Zeca é assim,  
acho que foi isso me fez me  
apaixonar por ele...

CORTA PARA:

EXT. CARRO - NOITE

INICIO DE FLASHBACK

DAYANNE e ZECA, no mesmo dia, estão no banco de trás de um carro. Zeca está capotado, sem blusa. DAYANNE está de calcinha e sutiã segurando uma latinha de cerveja e um cigarro olhando com ternura para Zeca.

FIM DE FLASHBACK  
CORTA PARA

EXT. PARADA DE ONIBUS - NOITE

DAYANNE e MICHAEL estão em pé esperando o ônibus.

MICHAEL  
Dayanne!! A Silvia, sua cliente,  
esqueceu isso aqui!

MICHAEL abre a mochila e pega um livro e passa as páginas afobado.

MICHAEL  
Olha o nome do autor: Armando  
PENIADES!!DAYANNE  
(suspira impaciente)  
Ah, ela falou mesmo desse cara...MICHAEL  
Minha filha foi maior briga!  
Maristela queria porque queria  
levar o livro pra casa, mas eu  
peguei pra mim, não sou boba!  
Alias, leva pra você!!! Vai  
apimentar sua quinta-feira!DAYANNE  
Ai, Michael, leva isso pra você, eu  
me garanto!MICHAEL  
Affffe!

CORTA PARA:

INT. CASA DA DAYANNE/SALA - NOITE

DAYANNE está de hobbe, maquiada, ela abre um vinho e serve em duas taças, quando Zeca entra pela porta.

DAYANNE

Tim-Tim!!

DAYANNE dá uma das taças para Zeca, que a segura sem animação e com cara de abatido.

ZECA

Princesa...

DAYANNE

Ai, Zeca, que que aconteceu?

ZECA

Princesa, senta aqui, vem...

ZECA senta no sofá.

DAYANNE

Que senta o que... fala logo!

ZECA

Princesa, eu fui demitido.

DAYANNE

Ai meu deus do ceu. Demitido?

ZECA

Mas calma, princesa, que o Ricardinho ja falou que vai arrumar alguma coisa pra mim la na...

DAYANNE senta no sofá boquiaberta.

DAYANNE

Ah meu deus do céu, a gente vai ter que depender de Ricardinho agora???  
Ah nao, ter que depender de Ricardiinho...

ZECA

Calma, princesa...

DAYANNE

Ah não Zeca... Que merda!

DAYANNE deita a cabeça no colo de Zeca e continua choramingando, Zeca toma todo o vinho da taça.

CORTA PARA:

INT. SALA DE DEPILAÇÃO - DIA

DAYANNE prepara as ceras e ajeita a maca enquanto REBECA, cliente, anda de um lado para o outro da sala de depilação, gesticulando e falando com entusiasmo. DAYANNE escuta um pouco distraída.

REBECA

Querida, como estamos? Sabe onde eu passei o fim de semana???

DAYANNE faz cara de quem cinicamente se importa.

REBECA

Caldas Novas!!!! O Barbosa me levou, você nem sabe o quanto a gente brincou!

DAYANNE

Que beleza. E o seu marido?

REBECA

Tava viajando também. Nem reparou minha ausência, aquele desalmado.

DAYANNE não responde.

REBECA

Que quê você tem, Dayanne?

DAYANNE

Nada... E qual vai ser o desenho de hoje? Cavada?

REBECA

Faz um coração? Estou inspirada. O Barbosa me deixa cheia de amor!

REBECA deita na maca e abre as pernas. DAYANNE ajeita as folhas de depilação e se prepara pra depilar. REBECA está extravagante, ela joga sua bolsa Louis Vuitton enorme e pesadíssima em cima da mesinha, esparramando cadernos, carteiras, necessaires. DAYANNE está com olheiras e com uma expressão cansada, apesar de bonita e bem arrumada.

REBECA

AIIIIII DAYAAAAAAAANNEEEEE!!!!  
quanto sofrimento pra arranjar um  
coração!!!

DAYANNE



(SEM PACIENCIA)

(CONTINUA)

CONTINUA:

Aguenta a dor! O coração é mais difícil e você, hein! Quanto pêlo pra quem tava usando biquini em Caldas Novas!!

CORTA PARA:

INT. CASA DA DAYANNE/SALA - NOITE

DAYANNE abre a porta de casa e encontra ZECA sentado na mesa, entre copos sujos, contas de água e luz e classificados. Ele anota as contas que faz em uma calculadora. A casa está mais bagunçada e suja que de costume. DAYANNE dá um leve suspiro de tristeza quando vê ZECA.

DAYANNE

Oi, princeso...

ZECA não responde e continua a fazer contas. DAYANNE fecha a porta de casa e anda na direção dele, jogando a bolsa em cima do sofá.

ZECA

Princesa, quanto é que você fez hoje?

DAYANNE

Zeca... eu... não sei, o mesmo de ontem e da semana passada.

DAYANNE entra pela casa em direção ao quarto e ZECA a acompanha com o olhar.

CORTA PARA:

INT. SALÃO - TARDE

DAYANNE está sentada em uma das cadeiras de manicure tirando as cutículas com alicate. MICHAEL varre o chão e cantarola uma música que escuta por um dos fones de seu mp3. A dona do salão, SUZANA (40) está no balcão fechando o caixa. DAYANNE levanta subitamente e vai em direção ao balcão.

DAYANNE

Suzana, é...

SUZANA

(sem tirar os olhos do caixa)

(CONTINUA)

CONTINUA:

Day, você pode trazer café amanhã?  
Aliás, a Cláudia trouxe os shampoos  
de volta?

DAYANNE

Ela deixou com Michael

MICHAEL

(que continua cantarolando e  
varrendo o chão animado)  
tá no estoque!

DAYANNE se volta para SUZANA.

DAYANNE

É, Suzana, eu queria saber... se  
tem como, assim, é... queria saber  
se tem como eu conseguir um  
aumento.

SUZANA

Day, impossível. A gente vai  
começar a reforma mês que vem...

SUZANA continua contando as notas e as fichas de clientes  
enquanto DAYANNE se afasta do balcão.

SUZANA

Mas ó... a Edilene já não vem mais  
semana que vem... se você quiser  
ficar no lugar dela e vir de manhã  
e de tarde.

DAYANNE que já estava de costas para Suzana, se vira e  
olha em sua direção.

CORTA PARA:

SEQUÊNCIA DE INSERTS DE:

DIA 1

- 1 - DAYANNE abrindo a porta do salão com muitas sacolas e pó de café
- 2 - Várias clientes sendo depiladas e gritando de dor
- 3 - DAYANNE almoçando com pressa um salgado na sala de depilação

- 4 - DAYANNE fechando o salão com MICHAEL
- 5 - DAYANNE chegando em casa e dando de cara com Zeca no sofá e casa suja

DIA 2

- 1 - DAYANNE acordando do lado de ZECA que continua dormindo
- 2 - DAYANNE entrando na sala de depilação com um tubo de cera

DAYANNE

Novidade! Cera francesa nossa nova especialidade!

- 3 - Clientes sendo depiladas e fazendo biquinho de francesas
- 4 - DAYANNE almoçando um pastel apressada no salão
- 5 - DAYANNE chegando em casa e vendo ZECA roedado de garrafas de cerveja e com cara de deprimido

DIA 3

- 1 - MICHAEL está do lado de fora do salão esperando DAYANNE, que chega apressada, e abre as portas.
- 2 - DAYANNE põe uma placa escrito "DEPILAÇÃO FRANCESA - NOVIDADE!" do lado de fora do salão.
- 3 - Várias clientes sendo depiladas
- 4 - DAYANNE abre a porta de casa e encontra ZECA

INT. CASA DA DAYANNE/SALA - NOITE

ZECA está ao telefone sentando no sofá da sala. DAYANNE entra em casa, deixa as sacolas e sua bolsa ao lado de ZECA no sofá e o observa.

ZECA

É eu sei, a gente sente muito também... pode deixar, vou conversar com ela... é, eu aviso quando ela chegar do trabalho... Obrigado por avisar, viu, tchau.

ZECA desliga o telefone.

DAYANNE

(cansada)

Ai meu deus, Zeca. Que foi?

ZECA

Calma, princesa... Ligaram la de Barbacena.

(CONTINUA)

CONTINUA:

DAYANNE

De Barbacena? Esse povo não dá  
sinal de vida há tanto tempo...

ZECA

Pois é amor, ligaram pra dar sinal  
de morte. Seu tio Petru...

DAYANNE faz cara de assustada.

DAYANNE

Petrônio! Tio Petrônio morreu? Mas  
eu achava que ele já tinha morrido  
já!

ZECA

Amor, brinca com essas coisas  
não...

DAYANNE

Ai Zeca...

DAYANNE senta ao lado de ZECA e começa a fazer carinho na  
perna de ZECA, chega mais perto, dá um beijo em seu  
pescoço e se insinua. ZECA afasta DAYANNE.

ZECA

Amor... seu tio nem esfriou  
ainda... a memória dele, pelo amor  
de deus...

DAYANNE joga a cabeça pra trás visivelmente frustrada.

CORTA PARA:

INT. SALÃO - DIA

DAYANNE está abatida, com olheiras, sentada em uma  
cadeira baixa no fundo do salão, ao lado da sala de  
depilação, almoçando uma marmitta apressada. SILVIA entra  
pela porta do salão, sorridente, bem arrumada, com  
movimentos exagerados, anunciando e exibindo um livro de  
Armando Peníades.

SILVIA

Boa tarde seus maravilhosos! Olha  
aqui o que eu compreeei! Volume II  
do Armando Peníades, de tamanhos e  
amores!!!

Manicures e cabeleireiras correm animadas e curiosas em direção à SILVIA, enquanto DAYANNE observa tudo sentada e pensativa, com os olhos centrados em SILVIA. Os movimentos de Silvia parecem câmera lenta pelo olhar de Dayanne. A cliente, após mostrar o livro a todos, deixa-o com MICHAEL, que comemora. Silvia vê Dayanne ao fundo e caminha em sua direção.

SILVIA

Vamos Day, que eu tenho um monte de segredo pra te contar!!!

SILVIA entra na sala de depilação, enquanto DAYANNE se levanta da cadeirinha e sorri.

DAYANNE

Segredos...?

DAYANNE entra na sala de depilação.

CORTA PARA

EXT. RUA - ORELHÃO - FIM DE TARDE

DAYANNE ainda abatida, anda pela rua próxima ao salão de beleza, segurando sacolas. Parece um pouco nervosa, anda com pressa, olhando pros lados, desconfiada. Ela para em frente a um orelhão tira da bolsa um pedaço de papel com um número de telefone anotado. Digita os números com pressa e fica olhando ao redor. Antes de atenderem ao telefone, ela treina a voz, tentando forçá-la a ficar mais rouca e grossa.

DAYANNE

Alô. A Silvia?

SECRETÁRIA

Um minuto, por favor.

SILVIA

Alô?

DAYANNE

Aqui patroa, teu marido ta ciente que a madame reserva a suíte Nova York toda semana?

SILVIA

O que?? Quem tá falando?

DAYANNE

Não interessa. Mas ele vai ficar

sabendo que a mulher e o sócio tão

(CONTINUA)

(CONTINUA)

de role por aí. A não ser que a doutora esteja disposta a pagar pelo silêncio.

SILVIA

Han??? Quanto?

DAYANNE

30 mil. Se a senhora quer que eu fique de boquinha calada pode colocar trintinha num envelope e esconder ele bem direitinho na lixeira na frente do restaurante chinês da 407 norte. Até amanhã!

Ela desliga o telefone, continua com os trejeitos de meliante e segue caminhando.

CORTA PARA:

EXT. 407 NORTE LIXEIRA DO RESTAURANTE CHINÊS - DIA  
DAYANNE, mal vestida, anda pela 407 norte, em direção ao restaurante chinês. A rua está cheia, é horário de almoço e as pessoas andam apressadas, sem se notar. Ela rodeia um pouco uma lata de lixo, até ter coragem suficiente para por a mão dentro dela. Ela retira um envelope que enfia com rapidez dentro de uma bolsa velha e sai andando apressada, olhando para os lados.

DAYANNE (V.O)

Não acredito! Não acredito. Meu Deus do céu. Não acredito.

CORTA PARA:

INT. CASA DE DAYANNE - COZINHA - NOITE  
O casal lava a louça junto enquanto um rádio relógio toca uma música do Simply Red. "God bless you... you make me feel brand new!". Quando a música termina, DAYANNE fecha a torneira, segura a mão de Zeca com um olhar penetrante e muito sério. Zeca, que lava a louça distraído, segura um prato meio abobalhado e fica um pouco confuso com o olhar da mulher.

DAYANNE

Príncipe, preciso te contar uma

coisa...

(CONTINUA)

CONTINUA:

ZECA

Que? Que foi, princesa, que cara é essa?

DAYANNE

Um advogado do tio Petrônio me ligou hoje e... parece que eu sou a última das primas que ainda tá viva e... a gente vai ganhar uma NOTA!!!

Zeca deixa o prato cair no chão, faz cara de escandalizado e agarra DAYANNE. Os dois se beijam loucamente até caírem no chão.

CORTA PARA:

INT. SALA DE DEPILAÇÃO - DIA

DAYANNE prepara as ceras na sala de depilação. Ela está bonita, com os cabelos soltos, um salto alto, um vestido florido, um jaleco e um grande sorriso na cara. Ela mistura as ceras com cuidado, corta os papéis de depilação. Ela se vira para a porta.

DAYANNE

Pode entrar!

Ela pega um gravador pequeno em uma das gavetas da mesinha e aperta o REC.

DAYANNE

Layla, marido Ernesto, amante Tadeu.

DAYANNE esconde o gravador dentro do bolso de seu jaleco. Uma cliente bem vestida e animada entra pela porta. Ela cumprimenta DAYANNE com um beijo na bochecha e senta na maca.

LAYLA

Hoje eu vou querer em formato de raio, você faz pra mim querida? Usa a cera francesa, que ela fez bem pra minha pele, não encravou nem nada.

DAYANNE

Claro. Gostaram do resultado da

depilação da semana passada?

(CONTINUA)

CONTINUA:

LAYLA

Querida! Foi o maior sucesso!  
Aproveitei que o Ernesto tava  
viajando e fui me encontrar com o  
Tadeu, lembra? Te falei dele já. É  
o da multinacional. Podre de rico!  
Me levou pra jantar na lancha dele,  
aí você já sabe né. Esse gosta da  
coisa toda!

A voz de LAYLA vai abaixando e fica de fundo.

DAYANNE(V.O)

Bem, eu sempre soube que devia ser  
recompensada de alguma forma por  
ouvir tanta besteira. Arranjei meu  
próprio jeito de deixar isso tudo  
mais agradável...

DAYANNE

Ahan, claro, querida... Olha, já  
leu Armando Peniades?

FADE OUT

FIM



## Tabelas de Referências



Dayanne



cabelo



vestido



jaqueta



sapato



Zeca



camisa



calça



samba canção



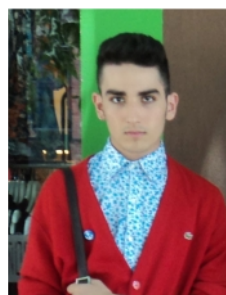
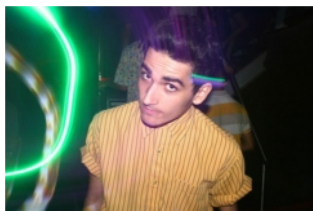
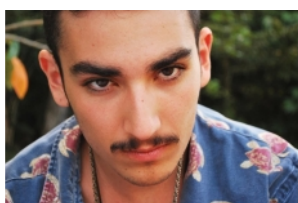
sapato



Michael



camisa





calça



casaco

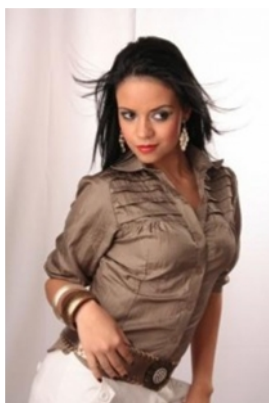


sapato



Suzana

camisa



calça



sapato





### Silvia / Rebeca



## Cronogramas de Gravação

Virilhas					
Ordem do Dia # 1 – Domingo, 02 de Outubro de 2011			Diretoras: Ana Maria e Mariana Amaral		
Equipe no Set: 6:00			Café da manhã servido a partir de: 06:00 - 7:00		
			Previsão Início das Filmagens: 8:00		
			Previsão Fim das Filmagens: 19:00		
Locação: Salão – SQN 305					
Seq	Luz	Set	Sinopse	Pgs	Elenco
2	01/Dia	SALA DE DEPILAÇÃO	Dayanne depila Silvia	1/2/3	1,4
6	01/Dia	SALA DE DEPILAÇÃO	Dayanne depila Rebeca	6/7	1,6
15	01/Dia	SALA DE DEPILAÇÃO	Dayanne depila Layla	14/15	1,7
9	01/Dia	SALA DE DEPILAÇÃO	Dayanne almoça com pressa.	9/10	3
9	01/Dia	SALA DE DEPILAÇÃO	Day apresenta a "cera francesa"	9/10	3
9	01/Dia	SALA DE DEPILAÇÃO	Clientes sendo depiladas	9/10	3
9	01/Dia	SALA DE DEPILAÇÃO	Clientes fazem biquinho	9/10	
9	01/Dia	SALA DE DEPILAÇÃO	Clientes sendo depiladas	9/10	
3	Ext/Dia (fim de tarde)	SALÃO/FACHADA	Dayanne e Michael fecham salão.	3	1,3
				9/10	1,3
Elenco:	Ator	Seqüências	Chegada	Figurino e Maq.	No set
1.DAYANNE	Maria Elaide	2, 6, 15, 9	07:00	07:00	08:00
2.ZECA	Rodrigo	3			
3.MICHAEL	Otavio	3	18:00	18:00	19:00
4.SILVIA	Kamala	2	09:30	09:30	10:30
5.SUELLY	Suzana				
6.REBECA	Natasha	6	13:00	13:00	14:00
7.LAYLA	Ana Luiza	15	15:00	15:00	16:00
Figuração:	Seqüências	Chegada	Figurino e Maquiagem	Observações	
4 mulheres	9	09:00			
Almoço: 12:30 – 13:30					
NOTAS E RECOMENDAÇÕES IMPORTANTES					
Resumo de Análise Técnica					
<b>Figurino</b> Seq. 2: D1, S1 Seq. 6: D4, R1 Seq. 15, D14, L1 Seq. 9: D6, D7, D8. (inserts) Seq. 3: D1, M1	<b>Cenografia</b> Sala de depilação com maca, mesinha, quadros na parede	<b>Obj. de cena:</b> Microsystem, CD de músicas. Materiais de depilação: Cera, espátulas, folhas de depilação, creme pós-depilatório, álcool, algodão, pinças – seqs. 2, 6, 15, 9 Bolsa Louis Vuitton, agenda pequena, nécessaire, celular. – seq. 6	Gravador – seq. 15 Manta – seq. 9 01 Salgado, 01 refrigerante – seq. 9 Tubo de "cera francesa" – seqs. 15, 9 Calculadora, recibos do dia, Vassoura. – seq. 3 Chaves do salão – seq. 3	<b>Obs</b>	
<b>Maquiagem &amp; Cabelos</b>					

**DIA 2 (04/10) – Orelhão/Container/Parada de ônibus****Equipe no set: 12:00 – sem almoço – 202N**

Maria (Dayanne) chega às 13h.

Figurantes chegam 13:00 (pessoas que passam na rua – umas 3)

13h: Orelhão

12.1 – Detalhe pé andando

12.3 – PG Dayanne chegando no orelhão

12.4 – PM Dayanne falando no orelhão

12.5 – PA container de lixo (POV)

- Planos com steadycam:

12.2 – PP frontal Dayanne andando para o orelhão

12.6 – Plano aberto/POV deayanne andando para o contêiner

13.3 – PP plongée Dayanne com pacote na mão

13.2 – PM Dayanne pegando pacote no container

13.1 – PA lateral de Dayanne andando até container

17:30 – deslocamento para a parada de ônibus - 211N

18h – 19h : Lanche

Otávio (Michael) chega às 19h.

19h – 20:00 – preparação do set.

Figurantes – também uns 2 ou 3 para a parada de ônibus.

20:00: Parada de ônibus

3.12 – PG parada (chega o ônibus)

3.10 – OTS Dayanne

3.11 – OTS Michael

3.9 – PG Dayanne e Michael chegando na parada

22h30: FIM DE SET – desprodução.

### **DIA 3 – Casa de Dayanne**

Equipe no set – 05:00

Atores: Maria Eleide (Dayanne) e Rodrigo (Zeca) chegam às 6h.

Café da manhã – 05:00 – 06:00

Preparação – 06:00 – 07:00

7:00 – Casal no sofá. – Zeca perdeu o emprego

5.1 – Plano baixo Dayanne sofá

5.2 – POV Dayanne

5.3 – Plano baixo estático do casal no sofá

Seq 7 – Zeca pergunta quanto Dayanne ganha.

7.1 – OTS Zeca na mesa

Quarto casal - Inserts

9.1 – Plongée conjunto do casal na cama (dia 1)

9.2 – Plongée conjunto do casal na cama (dia 2)

9.3 – Plongée conjunto do casal na cama (dia 3)

Cozinha - Zeca estamos ricos!

14.1 – Contra-plongée conjunto Dayanne e Zeca lavando louça

14.2 – PP Dayanne

14.3 – Contra-plano próximo de Zeca

14.4 – Plongée conjunto do casal se beijando

Almoço : 12:30 – 13:30

Dayanne chega em casa e encontra Zeca abalado. – Day em quadro

9.14 – PM de Dayanne na porta (dia 1)

9.16 - PM de Dayanne na porta (dia 2)

Day chega em casa e encontra Zeca abalado. – Zeca em quadro

9.13 – OTS Dayanne (dia 1)

9.15 – OTS Dayanne (dia 2)

9.17 – OTS Dayanne (dia 3)

Tio Petrônio morreu.

10. 1 – Plano Conjunto Dayanne e Zeca (ao telefone primeiro plano)

10.2 – Plano baixo frontal do casal no sofá

#### **DIA 4: Churrasco**

Equipe no set: 13:00

Almoço – 13:00 – 14:00

Preparação: 14:00 – 15:00

Figurantes chegam às 14:00

Atores Maria (Dayanne) e Rodrigo (Zeca) chegam às 14h.

15h:

4.1 – Panorâmica churrasco

4.1 – Fim da panorâmica – PM Dayanne e Maria

4.3 – Plano conjunto frontal Dayanne e Maria

4.4 – Plano conjunto Maria, Dayanne e Zeca

4.2 – Plano médio Zeca chegando

18:00 – figurantes vão embora.

18:00 – 18:30: Lanche

18:30 – 19:30 : preparação cena do carro.

19h30:

4.6 – PP conjunto Dayanne e Zeca no carro

4.5 – PA carro estacionado

20h30: Fim de set – desprodução.

#### **DIA 5: Salão**

Equipe no set: 06:00

Café da manhã: 06:00 – 06:50

Salão abre às 7h, temos que estar prontos para já entrar com o equipamento.

Maria Eleide (Dayanne) chega às 07: 00 (Maquiagem e figurino)

8h:

9.10 – Detalhe da marmita

9.11 – PP Dayanne almoçando (marmita)

9.12 – PP Dayanne almoçando (coxinha)

Otávio (Michael) chegam às 8h (figurino e maquiagem).

Kamala chega às 9h

Figurantes chegam às 9h– 4 pessoas – manicure e + 3 clientes.

9:30: Dayanne pensa na chantagem

11.2 – Plano Próximo Silvia (entra no salão)

11.3 – Plano Geral do Salão – Sílvia mostra o livro (clientes e manicures correm)

11.4 – Plano baixo Dayanne (Silvia entra em quadro)

11.1 – Plano baixo estático Dayanne sentada

11.1 – Travelling in Dayanne (começa o travelling do mesmo plano baixo)

Montagem steady – 11:00

Almoço: 12:30 – 13:30

14:00 Chegam figurantes

14:30 Plano sequência

1.1 – Plano seqüência (médio)

1.1– Plano seqüência (OTS)

16:00– Dayanne pede aumento.

8.4 – Plano americano Suelly (passa por Dayanne)

8.5 – Plano conjunto Dayanne e Suelly no balcão

8.6 – Plano Próximo Dayanne

8.1 – Plano Baixo Dayanne

8.2 – POV Dayanne médio (Michael e cliente)

8.3 – POV Dayanne médio baixo (Manicure e Seu Isaías)

17:30 – 18:00 : Lanche.

19h: Dayanne e Michael fecham o salão

3.1 – Plano detalhe da vassoura

3.2– Plano conjunto Dayanne e Michael

3.3 – Plano Conjunto Dayanne e Michael no balcão

3.4 – Plano Próximo Dayanne

20:30 Externas – Dayanne e Michael saindo

3.8 – Plano conjunto médio Dayanne e Michael andando

3.7 – PP conjunto Dayanne e Michael

3.5 – Detalhe da mão de Dayanne fechando o salão