



A influência de filmes e séries na moda

Análise da série Euphoria e criação de aplicativo





Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil
Faculdade SENAI CETIQT
Curso de Bacharelado em Design

Carol Maria Almeida Lopes

A influência de filmes e séries na moda
Análise da série Euphoria e criação de aplicativo

Rio de Janeiro
2023



Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil
Faculdade SENAI CETIQT
Curso de Bacharelado em Design

Carol Maria Almeida Lopes

A influência de filmes e séries na moda
Análise da série Euphoria e criação de aplicativo

Trabalho de Conclusão de Curso a ser submetido à
Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em
Design, da Faculdade SENAI CETIQT, como parte
dos requisitos necessários à obtenção do grau de
Bacharel em Design.

Luísa Helena Silva Meirelles

Rio de Janeiro
2023

Ficha catalográfica

Almeida Lopes, Carol Maria

A influência de filmes e séries na moda: análise da série Euphoria e criação de aplicativo / Carol Maria Almeida Lopes - Rio de Janeiro, 2023.

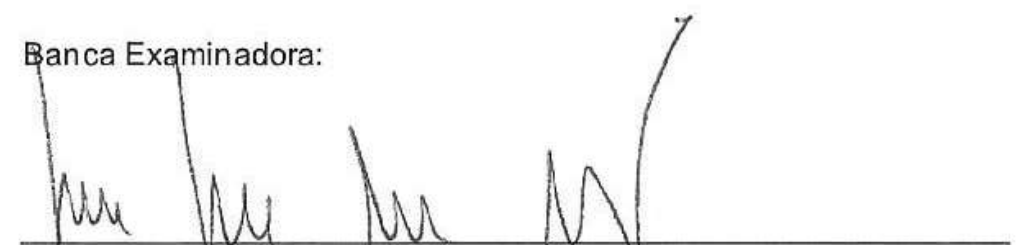
89 p.

Trabalho de Conclusão de Curso a ser submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Design, da Faculdade SENAI CETIQT, como parte dos requisitos à obtenção do grau de Bacharel em Design.

1. Design de moda 2. Figurino 3. Euphoria 4. Aplicativo

Carol Maria Almeida Lopes
A influência de filmes e séries na moda
Análise da série Euphoria e criação de aplicativo

Banca Examinadora:



Luisa Helena Silva Meirelles
Mestre em Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro,
Docente, SENAI CETIQT



Ana Paula Chaves Mello
Doutora em História e Crítica da Arte, Universidade Federal do Rio de Janeiro,
Docente, SENAI CETIQT



Marcelo Souza da Silva
Especialista em Docência no Ensino Superior, Faculdade de Ciências de Wenceslau Braz,
Docente, SENAI CETIQT

Data de Aprovação: 28/11/2023.

Trabalho de Conclusão de Curso a ser submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Design, da Faculdade SENAI CETIQT, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Design.



Ana Claudia Lourenço Ferreira Lopes
Coordenadora de Ensino Superior



Agradecimento

Agradeço aos meus pais, Renata e Ricardo por terem me levado em museus, peças de teatro, viagens, shows e entre outros. Além de me incentivarem a estudar o que gosto e me apoiarem.

À minha prima Juliana que me apoiou no desenvolvimento deste projeto.

À minha amiga Beatriz por sempre me ajudou em diversos projetos anteriores do curso.

À todos os meus professores que me apoiaram, ensinaram e ajudaram durante os meus anos nas instituições: PRESC, ESC, CEL e SENAI CETIQT. Além dos meus professores de cursos de língua do: CNA, IBEU e Aliança Francesa pois, foi com esses ensinamentos que pude concluir esse projeto.

Às minhas amigas do curso pois, desde o começo até este projeto, nós ajudamos e apoiamos umas às outras.

SENAI CETIQT

Epígrafe

“Roupas significam nada até que alguém viva nelas”
(Marc Jacobs)

Resumo

Nesta pesquisa de conclusão de curso, tem como objetivo entender o impacto que uma produção audiovisual como, filmes e séries, têm na moda, desde de produções do começo do século XX até o momento dos *streamings* e das redes sociais, que causou um aumento no número de produções. A série *Euphoria*, lançada em 2019, é um exemplo de como o público é capaz de ser influenciado pelo estilo dos personagens. Devido a essa demanda de informações pelo público, a criação de um modelo de negócios para um aplicativo voltado a dar informações sobre as peças utilizadas nos filmes e séries, tendo como objetivo informar preço, a conexão da roupa com o *storytelling*, processo criativo e paleta de cores.

Palavras-chave: Design de moda. Figurino. Euphoria. Aplicativo.

Abstract

In this final project, it has a goal to understand the impact of a movie and TV show on fashion, since the productions of the beginning of the past century until the streamings and social media, which caused an increase in the productions . The TV show Euphoria, launched in 2019, is an example of how the audience is capable of being influenced by the characters style. In consequence of the public demand, was created a business model for the app with the goal of sharing informations about the clothes worn in the movies and TV shows, with the purpose of telling the price, the connection of the clothes with storytelling, creative process and color palette.

Key-words: Fashion design. Costume design. Euphoria. App.



SUMÁRIO

Introdução	11	3. Análise de Benchmark para o aplicativo	59
1.A influência de filmes e séries na moda	12	3.1 Aplicativos concorrentes	60
1.1 Filmes	13	3.3 Outros meios de pesquisa de figurino	64
1.2 Séries	18	4. O aplicativo	65
1.3 Importância do figurinista na criação do personagem.....	22	4.1 Público-alvo e persona	66
1.4 Moda, comportamento e identidade.....	23	4.2 Modelo de negócios.....	68
1.5 A conexão entre a estética <i>Camp</i> e a moda	23	4.3 O protótipo	74
2. <i>Euphoria</i> e a moda	24	Considerações finais	80
2.1 O que é <i>Euphoria</i>	25	Referências	81
2.2 O figurino.....	26	Anexos.....	85
2.3 Maquiagem	27		
2.4 Personagens.....	29		
2.4.1 Rue	30		
2.4.2 Nate	33		
2.4.3 Kat	35		
2.4.4 Jules.....	36		
2.4.5 Maddy	38		
2.4.6 Cassie.....	41		
2.4.7 Fezco “Fez”	45		
2.4.8 Lexi.....	47		
2.5 Personagens secundários	48		
2.5.1 Faye	48		
2.5.2 McKay	48		
2.5.3 Elliot	49		
2.6 Os atores após a série	50		
2.7 A Influência da série na moda.....	56		

Introdução

O tema escolhido para esse projeto de finalização do curso trata do impacto de filmes e séries na moda e a criação de um aplicativo, voltado para figurino. Atualmente, há diversas plataformas de *streamings* como a Netflix, Amazon Prime Video, HBO MAX, entre outros, onde o público pode assistir o que quiser a qualquer hora. Além disso, antes da explosão dos *streamings*, havia séries e filmes que passavam regularmente nas televisões.

No capítulo 1 será abordado filmes que, desde os anos 20, influenciam a moda por meio de grandes figuras cinematográficas da época, como a atriz Joan Crawford. De acordo com a autora Elizabeth Wilson (1985, p. 229): “Os estilos de Hollywood influenciaram também as modas fabricadas em massa para a mulher urbana”. Portanto, atualmente não seria diferente, principalmente o público jovem que é muito influenciado e que também gosta de debater e entender as tendências de moda que são vistas nos filmes e séries, além das redes sociais que ajudam a alcançar cada vez mais pessoas.

No capítulo 2 terá como foco analisar uma das séries com um dos maiores impactos na moda, *Euphoria* (2019 –) uma série da plataforma HBO MAX, criada por Sam Levinson, lançada em 2019 e que, desde então, diversos jovens são influenciados pelos figurinos e maquiagens da série. Os figurinos têm uma grande importância para entender os personagens, a história de cada um ou até mesmo dar um *spoiler* do que pode acontecer, por meio de uma mudança de estilo, paleta de cores ou como os personagens se portam em cena. Desde então, o estilo euphoria volta à tona quando uma nova temporada é lançada.

Além disso, é analisado como os atores se tornaram pessoas importantes no mundo da moda, sendo requisitados para a primeira fileira de grandes desfiles de moda e se tornando embaixadores de marcas. Por fim, no mesmo capítulo, é estudado as consequências que a série causou no mundo da moda, o aumento de pesquisas no Google para uma determinada peça, criações de conteúdo sobre como se vestir igual a um determinado personagem e entre outros.

No capítulo 3, um estudo de benchmarking para a criação de um aplicativo sobre figurino de filmes e séries, onde serão analisadas plataformas concorrentes e/ou inspiracionais. Após, é feito um estudo de público-alvo e *persona* para definir aonde essa plataforma irá se inserir.

No capítulo final, será apresentado a proposta do aplicativo, na qual será possível encontrar dados sobre as peças utilizadas em um filme ou série foram compradas, preço, disponibilidade e o porquê da escolha da peça que se conecta com o *storytelling*. Desse modo, o aplicativo seria uma forma mais rápida e prática de obter essas informações. Caso a peça não tenha nenhuma ou pouca informação, os usuários cadastrados nos aplicativos poderão comentar sobre informações da peça e/ou similares ou apenas interagir com outros usuários a partir do chat de comentários, podendo criar teorias dos motivos por trás daquelas roupas, o que é algo comum de se ver nas redes sociais. Ademais, saber o porquê da escolha daquela peça ou o motivo da paleta de cores são detalhes que dão mais profundidade à trama. Além de ser uma fonte de inspiração e criação de tendências. A pesquisadora deste trabalho desde criança sempre gostou de assistir filmes e séries e tem lembranças de se perguntar e pensar onde poderia encontrar uma roupa assim e gostaria de ter a oportunidade de comprar tais peças porque tinha gostado.

Por fim, nesta pesquisa será feito um levantamento de dados sobre séries e filmes que tem a moda como um meio de comunicação muito presente e uma análise aprofundada da série *Euphoria*. Além disso, um protótipo de aplicativo será criado para demonstrar uma plataforma que contará com conteúdos *freemium* sobre figurino.

1. Influência de filmes e séries na moda

Neste capítulo inicial, será abordada a influência dos filmes e séries de diversos períodos a partir dos anos de 1930, onde o cinema já tinham estrelas estabelecidas como Charles Chaplin (1889-1977), Clara Bow (1905-1955), Bette Davis (1908-1989), entre outros, ocasionando uma influência na moda e sociedade de forma involuntária. Após perceber a criação de tendências de moda e da procura de vestimentas utilizadas nas produções cinematográficas, o figurino tornou-se uma peça-chave aos lucros tanto do filme quanto da marca. Os principais livros utilizados nesta pesquisa foram *Império do Efêmero* (1987), *Psicologia das Cores* (2012), *Enfeitada de Sonhos* (1985) e *The Magic Garment: Principles of Costume Design* (1989).

O cinema, desde o princípio, tem a moda como sua aliada, pois para um filme ser produzido, os atores precisam se transformar em outras pessoas e o público precisa acreditar e para isso é necessário uma transformação através de um figurino. O cinema é capaz de influenciar significativamente esse processo de divulgação do vestuário, acessórios, cortes de cabelo e maquiagem, consequentemente ampliando a circulação de tendências que até então era somente através de revistas, catálogos e observação dos comportamentos das massas que circulavam nas ruas (NICKENS; ZENO, 2012). O cinema, com seu grande público, era mais influente na criação de tendências de moda, para homens e mulheres, no que diz respeito ao andar, ao vestir, ao dançar, ao fazer amor, ao ser (WILSON, 1989, p. 226).

Os critérios de escolha dos filmes analisados a seguir foram: a partir da década de 1930 e cada um teve um processo criativo diferente, uns trazendo recortes de outras décadas, criando tendências de moda na época do lançamento do filme e que se tornou algo atemporal, pois a referência do filme tornou-se um marco. No caso das séries, foi a partir da década de 1990 e assim como nos filmes, foram estudados diferentes tipos de figurino como o contemporâneo e o de época.

1.1 Filmes

Em 1932, foi lançado um filme chamado *Chained* (1934), por Joan Crawford, em que ela usou um vestido branco de mangas bufantes com cintura marcada. Depois da estreia do filme, a marca vendeu mais de 500 mil peças nas lojas de departamento nos Estados Unidos. A atriz era considerada como um “manequim da moda”, porque as roupas usadas por ela influenciavam diretamente o mercado da moda (WILSON, 1989, p. 229).

Figura 1: Joan Crawford em *Chained* (1934)



Fonte: IMDB, 2020.

A partir desse sucesso, os figurinistas, junto com os estilistas, compreenderam que homens e mulheres eram impactados pela beleza dos atores e pelos figurinos vistos no cinema, e notaram que a indústria cinematográfica poderia influenciar a moda para a grande massa e vender mais roupas devido ao sucesso de um determinado filme (MAEDER, 1988). Os filmes são considerados, por grande parte da sociedade, como um meio de disseminação de tendências e modos, por consequência, atingindo uma grande parcela da sociedade (BATISTA, 2019, p. 7).

Uma das figuras mais importantes do cinema é a Marilyn Monroe. Ela influenciava a moda, pois usava vestidos mais justos, calças curtas e acima dos tornozelos, o que era muito revolucionário para a década de 50. Nas telas, os seus filmes mais importantes foram *Os Homens Preferem as Loiras* (1953) e *O Pecado Mora ao Lado* (1955), que contribuíram com momentos importantes para a moda, junto do figurinista dos filmes, William “Billy” Travilla. No primeiro filme ela usou um vestido rosa acetinado com luvas e acessórios de diamantes na cena do musical *Diamond’s are a Girl’s Best Friend*.

Figura 2: Marilyn Monroe em *Os Homens Preferem as Loiras* (1953)



Fonte: Plano Crítico, 2022.

No filme *O Pecado Mora ao Lado* (1955) também não seria diferente: ele ficou conhecido pela cena em que Marilyn usou um vestido branco, sem mangas e decote profundo. A cena é gravada na rua, ela é posicionada sobre uma saída de ar, e assim que há uma rajada de ar forte, o vestido levanta. Essa é uma das cenas mais memoráveis da história do cinema. Além disso, Marilyn conseguiu mudar o modo de vestir das mulheres, pois estavam no momento pós-guerra em que as roupas eram extremamente conservadoras e inspiradas nos uniformes militares.

Figura 3: Marilyn Monroe em *O Pecado Mora ao Lado* (1955)



Fonte: Plano Crítico, 2020.

Na década de 60 um filme muito importante para a moda foi o *Bonequinha de Luxo* (1961), estrelado por Audrey Hepburn, no qual o vestido (1) usado pela atriz na cena em que ela está olhando a vitrine da Tiffany da Quinta Avenida em Nova Iorque foi criado pelo estilista francês Hubert De Givenchy. O vestido foi inspirado no conceito *little black dress* da Chanel (1920). Por causa do filme, Audrey Hepburn tornou-se uma *it girl* (2); inclusive, por gostar da bolsa Keepall da Louis Vuitton, que é uma bolsa de viagem, ela pediu à empresa que fizesse uma versão menor para que ela pudesse usar no dia a dia. Criou-se, então, uma miniatura de 25 cm, a Speedy (3), que hoje é uma das best-sellers da empresa (BUZZATTO, 2018).

Figura 4 : Audrey Hepburn e a bolsa Speedy da Louis Vuitton.



Fonte: Compilado pela autora, 2023.

A indústria da moda e do cinema perceberam esse padrão das estrelas de Hollywood no qual, de acordo com Gilles Lipovetsky (1987), a estrela é uma imagem personalizada construída a partir dos personagens criados para a mídia. O star system fabrica a super personalidade que é a griffe ou a imagem das divas na tela (LIPOVETSKY, 1989). Portanto, o cinema vende sonhos e desejos que são difíceis de ser alcançados na vida real e essa vida irreal vista no cinema desperta um interesse da pessoa ao ver essa estrela e a torna em um símbolo de referência. Morin (1989) explica como a estrela influenciava a sociedade:

Ao usar um vestido Givenchy, você não é apenas uma diva do cinema. Você é Audrey Hepburn olhando a vitrine da Tiffany's, comendo uma rosquinha. A vida imaginária dos deuses e heróis é uma imagem que faz com que os 'mortais' tentem suprimir sua vida tediosa; sonham em serem como eles, e viver suas aventuras, e o filme que é uma duplicação da vida, projeta essa identificação, fazendo dos atores e atrizes modelos e espelhos de imitações, e até mesmo uma mercadoria, é a multiplicação da sua imagem, uma potência mítica que atrai febrilmente. Segue-se o regime alimentar e corporal da estrela. Adotam-se a maquiagem e os cosméticos que ela usa, imitam-se sua toilette, seu comportamento e seus tiques (MORIN, 1989, p. 67).

Figura 5: Audrey Hepburn para o filme *Bonequinha de Luxo* (1961)



Fonte: Autoral, 2023.

1: O vestido original foi destruído após as filmagens, mas três cópias foram feitas: uma delas está no arquivo da Givenchy, outra se encontra no *Museo del Traje* em Madri e sua terceira reprodução foi presenteadada a Audrey Hepburn. Depois da sua morte em 1993, o vestido foi doado ao *City of Joy Aid* e em 2006, foi capa da *Harper's Bazaar* e usado por Natalie Portman. Ele foi leiloadado no mesmo ano por £467,200.

2: É um termo utilizado para se referir a mulheres que criam tendências de moda sem intenção. Por consequência, se tornam uma inspiração no meio de se vestir e agir.

3: No total há três modelos da bolsa Speedy: 25 cm, 35 cm e 40 cm.

Na década de 70 foi lançado o filme *Grease* (1978), o figurino foi criado por Albert Wolsky que se passa na década de 50, mais especificamente em 1958, e conta a história de Sandy Olsson (Olivia Newton-John) e Danny Zucco (John Travolta), que se conheceram nas férias antes de voltarem à escola. Os dois pensavam que seria um típico "romance de verão", mas ambos se encontram novamente na escola. No entanto, eles têm personalidades diferentes: a Sandy tinha um estereótipo de *good girl*, usando saias de *poodle* e cores pastéis, porém no final do filme ela vivencia uma mudança grande de estilo, adentrando o estilo *grunge*. A curadora sênior do Museu Victoria & Albert de Londres diz que o *look* final da Sandy foi uma dica do futuro, que mostra características ousadas que foram vistas nos anos de 1980 e que estavam à frente do tempo. Por outra perspectiva, Danny fazia parte de um grupo de motocicletas e sempre usava uma jaqueta estilo Harley-Davidson (4), que foi uma criação da época, assim como o seu penteado, inspirado no cantor Elvis Presley (COCHRANE, 2022).

Figura 6: Jonh Travolta e Olivia Newton-John em Grease (1978)



Fonte: Compilado criado pela autora, 2023.

4: Em 1928, os irmãos Irving e Jack Schott criaram a jaqueta de couro Perfecto para a Harley-Davidson, que na época era apenas usada por pilotos da Força Aérea e motociclistas, mas a peça só foi se popularizar nos anos 1950. Ela foi usada pelo ator Marlon Brando no filme *O Selvagem* (1953), em que ele interpretava o líder de uma gangue. Outro filme que contribuiu para a popularização desta peça foi o *Juventude Transviada* (1955), que tinha como protagonista James Dean.

O figurino é inspirado na década de 1950 e segue à risca as tendências da época. O filme foi um sucesso de bilheteria e é uma constante fonte de inspiração para a moda. Desde então, foi possível identificar coleções e artistas usando o filme como inspiração para diversos projetos. Por exemplo, o cantor Harry Styles tem uma tradição em seus shows: no final de semana do *Halloween*, caso haja show, ele, a banda e os fãs vão fantasiados. Em 2022, escolheram *Grease* para um dos seus shows.

Figuras 7: Harry Styles e banda para o seu show da *Love On Tour - Harryween* (2022)



Fonte: Instagram, 2022.

O *All Too Well: The Short Film* (2021) é um curta-metragem escrito, produzido e dirigido pela cantora Taylor Swift e inspirado na música *All Too Well* (5) do álbum *Red (Taylor's Version)*. O curta tem como figurinista Joseph Cassell e conta a história de um casal, uma mulher de 20 anos, interpretada por Sadie Sink e um homem de 30 anos, interpretado por Dylan O'Brien. Na primeira cena, Sadie está usando um cachecol vermelho que é um símbolo muito forte no decorrer do curta e da música, como é descrito nas letras:

*I walked through the door with you, the air was cold
But somethin' 'bout it felt like home somehow
And I left my scarf there at your sister's house
And you've still got it in your drawer, even now (6)*

É possível notar que o relacionamento deles começa bem, mas aos poucos vai se tornando tóxico e os dois rompem. Há muitas teorias de que o cachecol simboliza a virgindade da personagem. O final do curta conta com um salto temporal de 13 anos e agora a mulher mais velha, que é interpretada pela própria Taylor Swift, está em um evento de livros e o seu ex-namorado a observa pela janela do lado de fora da livraria, usando o cachecol que ela esqueceu na casa da irmã dele. Assim como diz na letra da música:

*But you keep my old scarf from that very first week
'Cause it reminds you of innocence and it smells like me
You can't get rid of it
'Cause you remember it all too well (7)*



Fonte: Moodboard criado pela autora, 2023.

5: *All Too Well (10 Minute Version) (Taylor's Version) (From The Vault)*
6: *Eu passei pela porta ao seu lado, o ar estava frio/Mas algo sobre isso, fez eu me sentir em casa/E eu deixei meu cachecol lá na casa de sua irmã/E você ainda o guarda em sua gaveta até hoje (tradução nossa).*
7: *Mas você ficou com o meu cachecol velho daquela primeira semana/Porque te lembra inocência/E cheira como eu/Você não consegue se livrar dele/Por que você se lembra de tudo muito bem (tradução nossa).*

Essa história é uma comparação com os supostos acontecimentos do relacionamento amoroso entre Taylor Swift e o ator Jake Gyllenhaal em 2012. Este mesmo álbum, *Red*, conta com várias músicas falando sobre esse relacionamento. Em 2022, com o anúncio do *Red (Taylor 's version)* a loja de *merch* (8) da cantora começou a vender o cachecol e vários fãs começaram a usar e se tornou um grande símbolo da carreira musical da cantora. No *Tik Tok* as hashtags *#alltoowellscarf*, *#alltoowellchallenge* e *#alltoowell* possui mais de 2 bilhões de visualizações juntas.

Figura 9: Cachecol no site de Merch da Taylor Swift (2021)



Fonte: Taylor Swift, 2021

A marca Heaven, criada por Marc Jacobs, já fez coleções em colaboração e/ou inspirada em um filme específico, como *As Virgens Suicidas* (1999) em 2021 e *Donnie Darko* (2001) em 2023. Seguem as imagens respectivamente:

Figura 10: Campanhas da Heaven



Fonte: Autoral, 2023.

8: Loja oficial em que os artistas vendem produtos derivados de seus projetos, neste caso, dos álbuns musicais e do curta-metragem da cantora.

1.2 Séries

Por outra perspectiva, as séries também se tornaram um veículo criador de tendências, assim como os filmes. A série *Friends* (1994-2004), com o figurino criado pela Debra McGuire, conta a história de 6 amigos que moram em Nova Iorque: Ross (David Schwimmer), Monica (Courtney Cox), Rachel (Jennifer Aniston), Joey (Matt LeBlanc), Phoebe (Lisa Kudrow) e Chandler (Matthew Perry) e que são unidos por laços familiares, românticos e de amizade. Desde a primeira temporada foi um fenômeno e começaram a criar tendências como *The Rachel*, um corte de cabelo usado pela atriz Jennifer Aniston para a sua personagem. Segundo se sabe, esse corte não foi planejado e a própria atriz não gostava, porém muitas mulheres nos anos 1990 aderiram ao penteado, assim como o *slip dress* (9), que começou a ser usado na série a partir da terceira temporada, que se deu em 1997 (DE KLERK, 2021).

Figura 11: Rachel Green em *Friends* (1994-2004)



Fonte: Vanity Fair, 2014.

9: “Slip”, em inglês, significa “deslizar”, ou seja, um vestido que “desliza no corpo”. Normalmente é confeccionado usando seda ou cetim.

A série *The Crown* (2016 -) se inspira na vida real da monarquia a partir do reinado de Elizabeth II (1952 - 2022). A produção é muito reconhecida pela precisão dos figurinos, na quarta temporada a série foca no começo do relacionamento entre Lady Diana (Emma Corrin) e Rei Charles. Em uma entrevista para a GQ Magazine do Reino Unido, a figurinista Amy Roberts diz que há momentos no qual são necessários a precisão das roupas como: em uniformes, roupas de funeral e vestidos de noivas. Neste caso, os figurinos trazem um senso de realidade maior ao espectador e lembranças do que aconteceu na vida real, despertando mais curiosidade para saber como foi possível recriar peças e momentos de aproximadamente 40 anos atrás. (MAOUI Z, 2022)

Figura 12: *The Crown* (2016-) e fotografias reais de Príncipe Charles e Lady Diana



Fonte: Autoral, 2023.

Além disso, Lady Diana, tornou-se um ícone da moda, quando atingiu o status de realza. De acordo com Eleri Lynn, historiadora e curadora do livro, *Diana: Her Life in Fashion* (1998), diz que é muito surpreendente ela ter tido esses status pois, na maioria de suas aparições, fotos e vídeos, ela não está falando. O estilo da Diana, se tornou contemporâneo pois, ainda há pessoas que recriam e/ou fazem referência a seus *looks* passados como por exemplo, *Revenge Dress* (10), no qual tornou-se um dos momentos mais memoráveis da história, no qual após, o divórcio com o Rei Charles, ela vai em uma festa na Casa Branca e dança com o ator John Travolta. Os seus looks de *streetstyle*, também se tornaram atemporais (TASHJIAN, 2017).

Figura 13: Looks marcantes da Lady Diana sendo referência em looks contemporâneos



Fonte: Compilado pela autora, 2023.

A série *Daisy Jones and The Six* (2023) foi criada a partir do livro homônimo escrito por Taylor Jenkins Reid. Conta a história de uma banda que alcançou o estrelato em 1977, mas no final da turnê Aurora (1978-1979), se desfez abruptamente. A história é inspirada na banda Fleetwood Mac que ficou conhecida nos anos de 1970 e na qual os integrantes da banda tinham relacionamentos conturbados entre si, principalmente os vocalistas, assim como é em *Daisy Jones and The Six*, com Billy Dunne e Daisy Jones. Neste caso, a figurinista Denise Wingate teve que analisar historicamente a moda descrita nos livros e o estilo do Fleetwood Mac (MULLER, 2023).

10: Traduzido do inglês, significa de forma literal, “vestido da vingança”.

Figura 14: Foto da série *Daisy Jones and The Six* (2023)



Fonte: Instagram, 2023.

Nos livros, Billy Dunne (Sam Claflin) é descrito como um homem com a aura de um rockstar e que sempre usa camisa e calça jeans, *double denim* (duplo jeans). O personagem foi inspirado em Jim Morrison, vocalista da banda The Doors. Warren (Sebastian Chacon), o baterista, é o que mais ousa, tendo uma evolução no figurino, começando com blusas brancas e calças jeans a coletes estampados, calças boca de sino e botas, para entrar no “visual” *rockstar*. Eddie (Josh Whitehouse) toca baixo e, assim como Warren, começa usando roupas básicas e depois parte para roupas com mais estampas e calças boca de sino, mas partindo de uma ideia de atravessar Billy, já que ele é o vocalista. Por fim, Graham Dunne (Will Harrison), o guitarrista e irmão mais novo de Billy, possui um estilo confuso, pois sempre se sentiu na sombra do irmão e não tem uma identidade definida (BRETANÃ, 2023)

Figura 15: Billy Dunne, Graham Dunne, Warren e Eddie em *Daisy Jones and The Six* (2023)



Fonte: Compilado pela autora, 2023.

O elenco feminino conta com Karen Sirko (Suki Waterhouse), a tecladista, na qual nos livros é descrita como portadora de um estilo mais “masculino”, sempre usando blusas de gola alta e roupas mais soltas e na série adere uma estética mais feminina e de glamour. Camilla Dunne (Camila Morrone), esposa de Billy, começa na série com uma estética mais conservadora, usando roupas que cobriam mais o seu corpo, mas no decorrer da história, e com a fama, a figurinista se inspirou em Bianca Jagger para o visual da personagem (BRETANÃ, 2023).

Figura 16: Camila Dunne e Karen Sirko em *Daisy Jones and The Six* (2023)



Fonte: Compilado pela autora, 2023.

Daisy Jones (Riley Keough), a vocalista da banda, é uma *it girl*, a sua personagem foi inspirada em Stevie Nicks, vocalista da banda Fleetwood Mac. No começo da série, a personagem possui um estilo mais *hippie*; nos livros e na produção cinematográfica ela não usa sutiã (11), o que reafirma o posicionamento dela nos anos 70. Há passagens no livro em que é descrito que Daisy ganhava muitos vestidos da Halston (12) e na série há diversos vestidos da marca, assim como brincos de argolas, botas e casacos de pele. No decorrer da história, e com seu vício em drogas, a personagem adere a um visual mais ousado e sombrio (BRETANÃ, 2023).

11: Na década de 70 aconteceu o *Bra Burning* (Queima de Sutiãs), um movimento no qual mulheres lutavam por pautas feministas.
12: A Halston, criada por Roy Halston nos Estados Unidos, teve sua ascensão nos anos 70, por seus designs minimalistas, normalmente produzidos com *cashmere* e *ultrasuede*. A marca se tornou um fenômeno no estilo disco.

Figura 17: Evolução do figurino de Daisy Jones (2023)



Fonte: Compilado pela autora, 2023.

O livro *Daisy Jones and The Six* (2021) já era um sucesso antes da série, sendo um dos livros mais vendidos do *New York Times*. Diante disso, os fãs estavam com altas expectativas antes da série ser lançada. Junto com o lançamento da série, uma coleção de roupas com a marca Free People foi lançada, tendo como inspiração a década de 70.

Figura 18: Coleção Free People X Daisy Jones and The Six (2023)



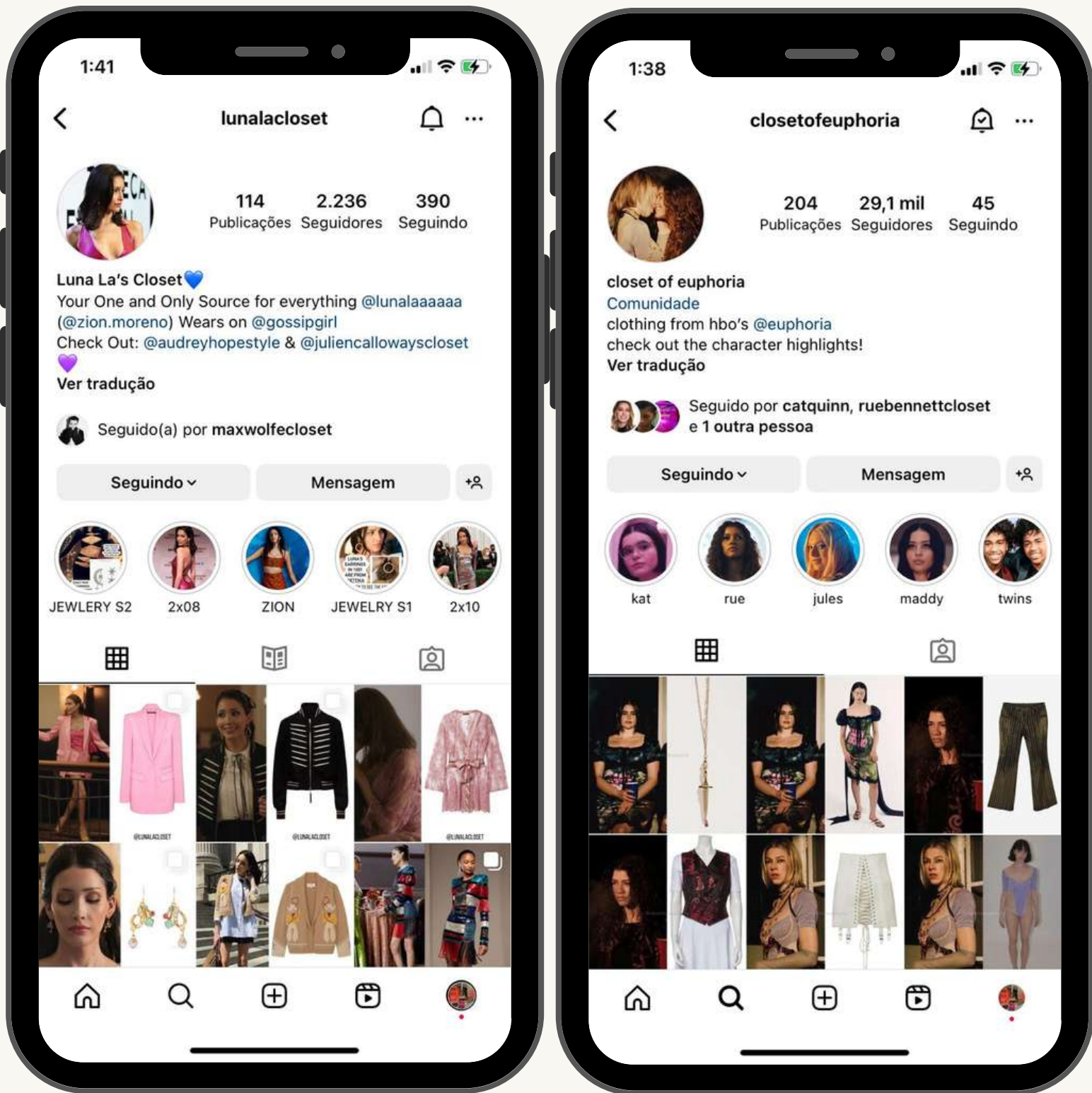
Fonte: Compilado pela autora, 2023.

Por fim, com as redes sociais, os assuntos do momento se propagam com mais facilidade. No Instagram, é comum ter perfis em que o foco é dizer onde os produtos dessas produções cinematográficas são encontrados, principalmente se a produção tiver uma conexão muito forte com a moda e extremamente atenta com o *storytelling*, que de acordo com o dicionário de Cambridge, significa: a ação de escrever, ler ou contar histórias, pois, com a audiência se apegando aos personagens, é criado um vínculo e a procura em saber mais, aumenta.

Há também sites em que é possível encontrar as peças e onde são vendidas, por exemplo, o *Worn On TV* (Vestido na TV), mas, assim como nos perfis do Instagram, é dada apenas a informação da loja e do preço; não há nenhuma informação sobre a história, a jornada do personagem e o porquê da escolha da peça. Além disso, os próprios atores também viram alvo dessa procura quando são vistos em tapetes vermelhos, premiações, clipes de música e na rua.

Uma tendência de moda é criada a partir de pessoas comuns. Um coolhunter analisa: o ambiente comum, as produções cinematográficas do momento, a política, entre outros. A partir disso, é possível prever uma tendência e, no caso de uma série ou filme, os figurinistas criam o guarda-roupa a partir do que está acontecendo no mundo (RIEZU, 2011). Quando é lançado e se torna um sucesso, a repercussão começa: fotos e vídeos são compartilhados diariamente por vários perfis, causando uma familiaridade ao espectador e consequentemente, o público abre mais a mente para usar algo novo. As redes sociais tornaram-se um lugar em que as tendências são criadas e repercutidas; as microtendências, por exemplo, são as mais comuns, nas quais são “válidas” por um curto período de tempo. Porém, há também as tendências que se estabelecem por mais tempo e que se tornam atemporais, como o *little black dress*.

Figura 19: Perfis do Instagram com conteúdo de “closet”



Fonte: Autoral, 2023.

1.3 A importância do figurinista na criação do personagem

O figurino está conectado à história de cada personagem e à narrativa geral daquela produção. Por isso, é necessário estudar o figurinista e a direção de arte para entender as ideias e compreender como e quais são os aspectos psicológicos do personagem, que acaba se refletindo em sua aparência. Isso contribui para alinhar a criação do personagem para o ator que irá interpretá-lo. Consequentemente, enquanto o estilista trabalha e molda o corpo humano nas suas criações, o figurinista faz o inverso: ele parte do perfil psicológico e social do personagem descrito no roteiro para que possa criá-lo (TORRES, 2012).

Para entender a contribuição de um figurinista para uma produção audiovisual, Edith Head, uma das primeiras figurinistas de Hollywood, com 35 indicações ao Oscar e 8 vitórias por melhor figurino, diz:

O que um figurinista faz é entre magia e camuflagem. Nós criamos uma ilusão de mudar os atores para algo que eles não são. Nós perguntamos ao público se eles acreditam toda vez que um ator entra em cena se ele se torna uma pessoa diferente [...] É para dar a impressão de que o ator é de fato aquela pessoa sobre quem a história é contada (HEAD, 1978, p. 33, tradução nossa).

A partir do livro *The Magic Garment: Principles of Costume Design* (CUNNINGHAM, 1984) é possível entender um figurino “perfeito”; esse figurino prenderá a atenção da audiência e da produção na performance do ator, definindo como o ator se portará e ajuda a estabelecer uma ideia e uma atmosfera. Logo, o figurino irá se comunicar com o subconsciente da audiência, podendo ajudar na identificação individual de cada personagem.

Ao figurinista cabe entender em que época a produção está acontecendo para, assim, poder adequar as roupas, o cabelo e a maquiagem ao tempo. Por exemplo, a peça *Macbeth* (1623) de Shakespeare se passa na Escócia em um tempo distante do próprio autor e isso adiciona mistério e magia para os personagens. Caso não tenha um “tempo” estabelecido, o figurinista pode supor que é uma produção contemporânea. É possível que o diretor mude a época para dar um visual mais moderno como é feito na peça do *Midsummer Night 's Dream* (1600), de Shakespeare, no qual foi criado um mundo imaginário (CUNNINGHAM, 1984).

Em vista disso, o figurino pode passar diversas informações importantes para a construção do personagem, mas o diferencial está no modo como essa mensagem é propagada. O figurino é capaz de comunicar o status social, época, idade e sentimentos a partir das vestimentas e paletas de cores escolhidas, auxiliando a expressão corporal do ator (BUSTAMANTE, 2008). “Tem que permanecer claro que o figurino e o personagem não podem ser separados e que devem ser trabalhados como se eles fossem um único componente na narrativa, já que eles se relacionam reciprocamente” (TORRES, 2012). Todavia, o figurino não pode se sobressair ao personagem, mas deve se tornar parte dele.

Do mesmo modo, para que tudo fique de forma clara e coesa, é necessário que o figurinista compreenda um pouco sobre cenografia, espaço, expressão corporal e iluminação, pois são aspectos que fazem parte da direção de arte. No decorrer da confecção, o figurinista responsável adota três procedimentos: mantém-se fiel à realidade ou ao tempo histórico já definido, inspira-se na moda de uma determinada época, entretanto importa-se mais com o estilo e a beleza do que com a exatidão histórica, tendo a possibilidade de criar modelos sem se preocupar com a história (LOPES, 2010).

Nas histórias, há momentos em que a vida de um personagem muda, e isso pode ser ocasionado por relacionamentos, brigas, mudança de localidade, entre outros e consequentemente a troca de estilo é uma evidência dessa mudança e mostra à audiência o que ocorreu. A mudança pode ser feita gradualmente, para demonstrar uma evolução ou uma regressão; ou abruptamente, caso haja uma mudança mais grave e simbólica na vida do personagem (CUNNINGHAM, 1984).

O “sentimento” de uma peça teatral é importante para criar a experiência. Sentimentos como melancolia, felicidade, terror, raiva, humor e desorientação podem ser encontrados em todas as produções. O tema, conceito e sentimento na produção dão suporte às vestimentas. O estilo e a cor também demonstram o que a audiência pode esperar do filme (CUNNINGHAM, 1984). Os filmes do *Harry Potter* são um exemplo perfeito: a primeira cena, onde tem os créditos da produtora *Warner Bros* e o nome do filme, já deixa claro as diferenças entre os mesmos.

Figura 20: Logo da franquia do *Harry Potter* e Warner Bros nos filmes da saga *Harry Potter* (2001 – 2011)



Fonte: Autoral, 2023.

Por fim, é possível notar, depois da análise dos filmes e séries mencionados anteriormente e ao entender o trabalho do figurino em conjunto com a construção do personagem, que, ao entender as escolhas, referências e o contexto das peças do figurinista para cada personagem, cria-se um simbolismo maior para as roupas e a história. Os motivos da escolha das roupas criam uma profundidade maior ao *storytelling* e à construção do personagem e, a partir disso, a audiência, ao entender essas escolhas, criam uma conexão ainda maior com a trama. Além disso, os filmes e séries influenciam no nosso dia a dia, consequentemente criando tendências, como foi o caso da série *Euphoria* (2019-).

1.4 Moda, comportamento e identidade

Há séculos o vestuário é considerado uma forma de auto expressão e identidade em relação ao comportamento humano. As roupas são uma forma de se expressar e influenciam como vemos um certo indivíduo e como ele mesmo se entende. De acordo com Hajo Adam e Adam D. Galinsky (2012), as roupas podem ter profundas camadas e consequências psicológicas e comportamentais para o seu usuário.

Adam e Galinsky, introduzem o termo *encllothed cognition*, cognição indumentária na tradução, descreve a influência das roupas nos processos psicológicos. Essa influência acontece por causa de dois fatores independentes: o simbolismo da peça e a experiência em usá-la. De acordo com os autores, a experiência de vestir roupas provoca conceitos abstratos associados aos seus simbolismos. Eles também entendem que usar roupas faz com que as pessoas “incorporem” essas peças de vestuário em conjunto com o significado atribuído pelo indivíduo. Consequentemente, quando uma peça de roupa é vestida, ela exerce uma influência no estado mental da pessoa, impulsionando conceitos abstratos por meio de seu significado representativo.

Como o indivíduo enxerga o seu corpo também causa um impacto nas preferências de suas peças e atitude. Segundo o filósofo Lars Svendsen (1970), as roupas são uma parte vital da construção social do eu. O estilo individual do ser é influenciado pelos seus próprios aspectos como identidade, valores, atitude e humor.

Além disso, como o indivíduo se sente e se identifica causa uma grande influência nas marcas de roupa que ele veste. O que escolhemos vestir, tornou-se uma declaração, a moda se tornou um alter ego, como por exemplo, a definição de uma estética para um determinado dia (KODZOMAN, 2019).

1.5 A conexão entre a estética Camp e a moda

A palavra *Camp*, vem do francês se camper, que significa posar de uma forma exagerada, que veio da corte do Rei Luís XIV. Na Inglaterra Vitoriana, há um registro sobre *Camp* em uma carta escrita por Frederick Park, um *cross dresser* (13), ao seu amor Lord Arthur Clinton: “Os meus comportamentos *Camp* não estão a ter o sucesso que merecem. Tudo o que faço parece meter-me em sarilhos.”. Os dois eram atores e interpretavam personagens femininas (MATOS, 2019).

Porém foi a Susan Sontag, escritora do livro *Notes on Camp* (1964), que “definiu” e popularizou a ideia do *Camp* e diz que a essência é amar o não natural: o artifício e o exagero. Além disso, é considerado uma forma de estética, um olhar para o mundo como um fenômeno estético.

Essa estética está muito conectada com a comunidade LGBTQIAP+ e com a androginia mais especificamente. Conforme o livro é dito que a androginia é um grande símbolo do *Camp*. Em uma passagem do livro é dito: “O mais bonito em um homem viril é algo feminino; o mais bonito em mulheres femininas é algo masculino [...] (tradução nossa, n.p). Portanto, a estética *Camp* é algo livre, sem julgamentos e divertido pois, dá liberdade para que qualquer pessoa possa se vestir e agir como quer.

A moda caminha junto com o *Camp*, é possível visualizar nos trabalhos do diretor criativo Alexandre Michelle para a Gucci, Virgil Abloh para a Off White, a *maison* Schiaparelli, Viktor & Rolf, Iris Van Herpen e entre outras.

Figura 21: Primavera/Verão 2023 – Gucci.



Fonte: Another Magazine, 2023.

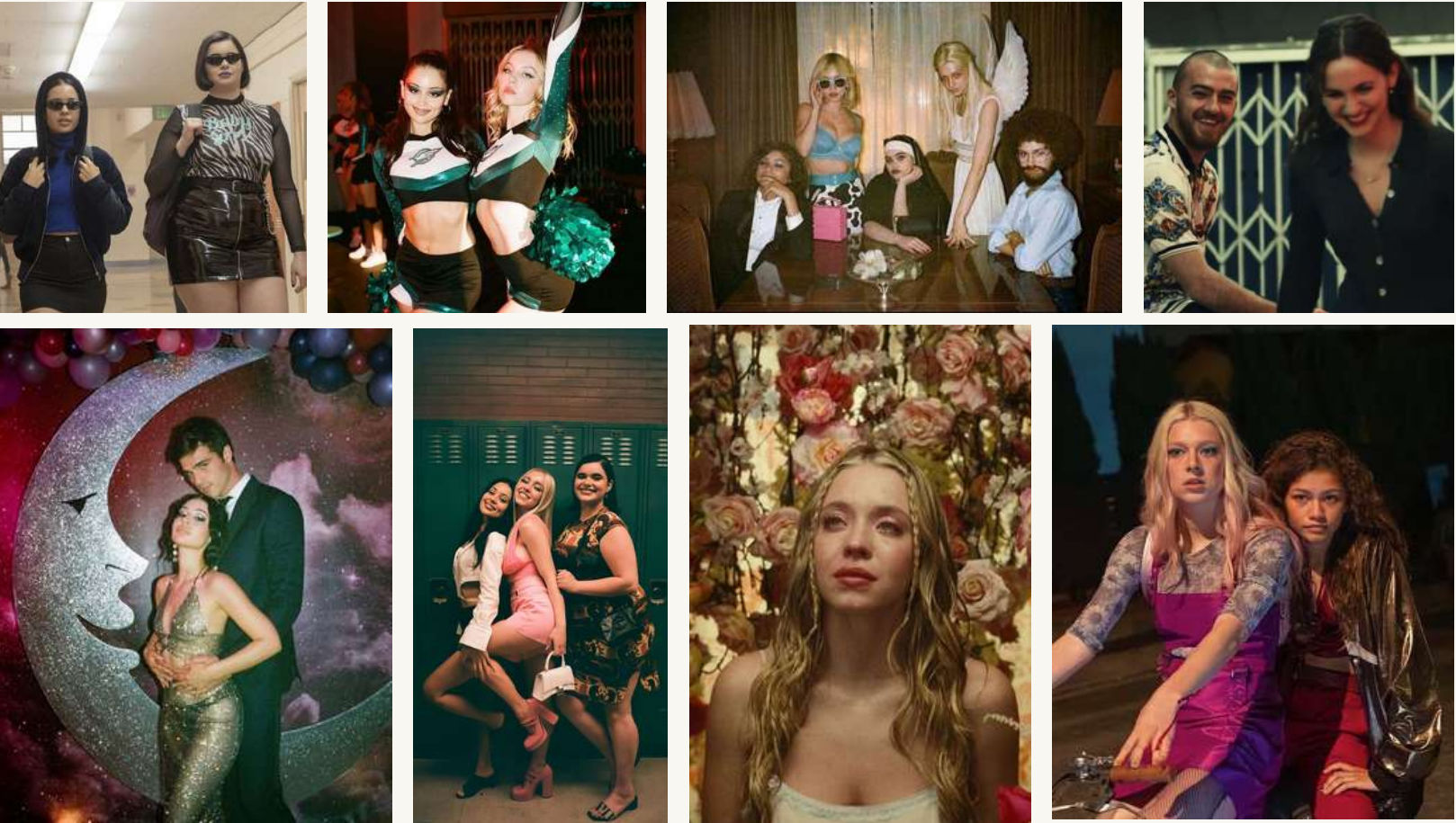
Por fim, no próximo capítulo será abordado um estudo de caso sobre a série *Euphoria*, no qual o estudo dos personagens, processo de construção do figurino e a influência causada na moda serão abordados, O *Camp* e a forma de comunicação não-verbal com as roupas do personagem estão ligados a *Euphoria*, pois são tópicos discutidos ao longo da trama.

13: Traduzido do inglês, *cross dresser* significa, transformismo é um termo que se refere ao ato de alguém possuir uma expressão de gênero associados ao gênero oposto, por qualquer uma de muitas razões, desde vivenciar uma faceta feminina ou masculina, ou outras.

2. Euphoria e a moda

A série *Euphoria* trouxe uma abordagem nova na área do figurino, pois a produção conta a história de estudantes do Ensino Médio, mas as roupas utilizadas, a maquiagem, a cinematografia, a fotografia e a *soundtrack* (14) trazem uma visão mais vanguarda e conceitual. Quando a primeira temporada estreou em 2019, o estilo *euphoria* foi criado devido ao sucesso da série, no que consistia em maquiagens e roupas: coloridas, vibrantes e com brilho. Consequentemente, diversas marcas de roupa cresceram, como por exemplo, a I.AM.GIA, uma marca australiana, e até mesmo marcas já relevantes no mercado, como a Miu Miu, por consequência da segunda temporada lançada em 2021.

Figura 22: *Euphoria* (2019–)



Fonte: Moodboard criado pela autora, 2023.

2.1 O que é Euphoria ?

A série *Euphoria* (2019–) foi lançada pelo *streaming* da HBO MAX em 2019, produzida pela A24 (15) e contém duas temporadas – 2019 e 2022 –, além da terceira temporada, que está em produção. A série é narrada e protagonizada por Rue, uma adolescente de 17 anos que acaba de sair de uma clínica de reabilitação após uma overdose. Ela sofre de transtornos mentais desde criança, o que a fez entrar em contato com remédios bem pesados e, a partir disso, drogas ilícitas no começo da adolescência. Após a overdose, ela tenta se adaptar de novo e retorna à escola. Os demais alunos da escola, que fazem parte do seu ciclo social, enfrentam seus próprios problemas que envolvem sexo, drogas, relacionamentos amorosos e familiares, amizades, redes sociais e violência.

Nesta perspectiva, o *storytelling*, a direção, a cinematografia e o figurino estão ligados e revolucionaram o mercado (MARQUES, 2019). Sam Levinson é a “cabeça” da série, ele é o escritor, diretor e criador; os figurinos são assinados por Heidi Bivens e a maquiagem por Donny Davy. Além disso, na segunda temporada, Zendaya, a atriz que interpreta a Rue, vira uma das produtoras executivas.

Para a segunda temporada, o diretor quis criar um visual novo, mas com a alma da primeira, mantendo uma identidade. A série conversou com a KODAK (16), porque queriam filmar a temporada com a câmera Ektachrome, que não é mais produzida e eles refizeram a câmera apenas para o *Euphoria* (EUPHORIA, 2022).

A produção quebrou padrões de vestimenta e de maquiagem no meio cinematográfico e quando foi lançada se tornou um fenômeno mundial, em que jovens começaram a se vestir com o estilo *euphoria*. No livro *Euphoria Fashion* (2023), escrito pela figurinista da série, Heidi Bivens faz uma correlação entre *Camp* e *Euphoria*:

Para falarmos sobre *Camp* temos que falar sobre *Notes On Camp*, da Susan Sontag. Isso foi em 1964, e hoje, praticamente 5 décadas depois, *Millenials* e *Gen Z* estão conectados em infinitas conversas e não definições sobre a sensibilidade do *Camp*, muito relacionado ao *kitsch* ou *queer*. Muitas dessas conversas acontecem via URL (*TikTok*, *Twitter*), onde moda e figurino servem como códigos de estética e identificadores de subculturas. *Euphoria* da HBO, é um perfeito exemplo do *Camp* no *mainstream*. Por fim, é no figurino onde eles acertaram no *Camp*, onde *Euphoria* se transformou e virou um espelho para os jovens [...] *Euphoria* em si não é *Camp* – longe disso– mas muitas partes estão relacionadas a cultura *Camp*. *Camp* é divertido e engraçado, até ridículo. *Euphoria* não é muito uma comédia, mas no fundo é *queer-coded* [...] Se *Camp* no tempo da Sontag era *underground queer-coded*, o que *Euphoria* mostra é que *Camp* hoje não é algo pequeno, mas uma grande estética para autodescoberta (EUPHORIA FASHION, 2023, p. 251, tradução nossa).

14: Traduzido do inglês, significa trilha sonora.

15: A24 é um estúdio de cinema norte-americano fundado em 20 de agosto de 2012 por Daniel Katz, David Fenkel e John Hodges.

16: A *Eastman Kodak Company* é uma companhia americana que produz vários produtos relacionados com a fotografia analógica.

2.2 O figurino

A série *Euphoria* contou com um direcionamento diferente para os figurinos. A figurinista-chefe, Heidi Bivens, quando começou a fazer a sua pesquisa para a produção, observou por muito tempo alunos de escolas públicas, analisando como se vestiam e o comportamento uns com os outros. Também estudou alunos de escolas particulares e percebeu que nessas escolas, como os alunos são obrigados a usar uniformes, tendem a encontrar maneiras de se expressar, como nos acessórios e nas maquiagens (BIVENS, 2019).

Em uma entrevista para o canal do *YouTube* da HBO, Heidi diz: quando peguei o roteiro pela primeira vez, tive uma sensação de que seria uma oportunidade importante de mostrar *looks* que nunca foram feitos para a televisão, de poder mostrar jovens de uma maneira nunca vista antes (BIVENS, 2019). Assim dizendo, a série traz roupas mais vanguardistas para cada personagem, pois faz parte da fantasia que a produção quer propor ao espectador.

A Heidi Bivens, junto com os atores, criaram *moodboards* para seus respectivos personagens. Essa troca de ideias foi essencial para criar uma estética única para cada um. De acordo com um artigo da CNN sobre como as roupas da série *Euphoria* tornaram-se um objeto poderoso de *storytelling*, a partir do livro *Euphoria Fashion* (2023), a figurinista diz:

Em *Euphoria*, as roupas são mais mais peças do enredo e perfis psicológicos do que adereços. Definir os parâmetros para a psicologia de cada personagem tem muito a ver com ser capaz de [...] sentar com os personagens em sua mente e pensar em cada cena e qual é a motivação deles (Rogers, 2023, n.p.).

As roupas e o *storytelling* têm que estar conectados, pois é uma forma não verbal do diretor e do figurinista comunicarem ao espectador a cena. Em uma entrevista para o canal do *Youtube* da HBO, Heidi diz que o *storytelling* é um dos aspectos mais importantes na criação do personagem para o público. Ademais, a conversa entre ator e figurinista é muito importante. Hunter Schafer, atriz que interpreta Jules, diz que é muito importante saber a opinião do ator, pois há atores que podem ter corpos diferentes do “padrão”, especialmente ela mesma, porque há cenas com apenas roupas íntimas e a Heidi conseguiu comprar peças que não era necessário “disfarçar” o pênis. Era muito empoderador ver uma garota trans não se conformar com o padrão cis gênero (BIVENS & SCHAFER, 2019).

No trabalho de Heidi, é intercalado o figurino na imagem visual no qual complementa a cinematografia pela psicologia das cores e associação de texturas, e consequentemente fornece uma experiência imersiva que provoca emoções e captura uma experiência de sentimentos do que um retrato autêntico da realidade. Vestimentas psicologicamente contém uma comunicação que compõem não só visualmente uma mensagem, mas reforça um sentimento. Em *Euphoria*, o sentimento é crucial para criar o tom e a narração da história, já que Rue é uma narradora não confiável.

A percepção das cores é subjetiva, pois diversas cores têm diferentes significados. Em um contexto neurológico, biológico e psicológico, as cores influenciam a percepção baseada no que é mostrado para o público. Na série, cada personagem tem uma cor que define a sua história: Kat é vermelho, Cassie é azul e rosa claro, Maddy é roxo, Rue é vinho, Jules é um sistema de cores ecléticos, Nate é o azul escuro, Fez são as cores primárias (amarelo, vermelho e azul) e Lexi são os tons terrosos.

O objetivo de Heidi Bivens com a influência da série é que não apenas os jovens se inspirem nos figurinos e comecem a fazer escolhas mais ousadas, mas que pessoas mais velhas também possam arriscar e sair da zona de conforto. Espera-se que as pessoas se sintam inspiradas e não tenham medo de fazer uma escolha diferente (WSJ staff, 2022).

Em uma entrevista para a revista Elle, Heidi discute sobre como a série inspirou diferentes estéticas e estilos. De acordo com a figurinista, foi possível criar estéticas e estilos diferentes uns dos outros por causa do elenco incrível e da história de cada personagem. Além disso, o trabalho do figurinista vem mudando principalmente na área contemporânea, pois, estão se conectando com o mundo real da moda. A Heidi já entendia essa conexão pois trabalhava como *stylist* anteriormente. “Então eu vi a história da moda desde que entrei nessa área. É o mesmo para o figurinista de figurino de época que estuda história. Eu estudei moda. Então é natural para mim incluir designers em uma série contemporânea como esta” (UKIOMOGBE, 2023).

Em uma entrevista para a Interview Magazine, a entrevistadora Mel Ottenberg perguntou se ela tinha alguma tendência, filme ou uma época, para o *moodboard* de inspiração dos figurinos. De acordo com a Heidi Bivens, nesse trabalho é esperado que crie um *moodboard* pois será mostrado para a direção. Porém, para ela em específico, tem ideias a partir de pessoas na rua, uma imagem que encontra de forma aleatória. Ela tira fotos e salva imagens no celular e com o tempo se transforma em uma inspiração (OTTENBERG, 2022).

Na primeira temporada foram usadas muitas peças de brechó, muita pesquisa no Instagram em busca de marcas pequenas ao redor do mundo. Heidi estava preocupada em manter um senso de realidade, mesmo que muitos dos personagens usassem roupas que não seriam apropriadas no mundo real. Porém, para a segunda temporada, não foram criados limites. Por exemplo, a personagem Lexi usa muitas peças da Miu Miu, mesmo o personagem não tendo condições monetárias (OTTENBERG, 2022).

No *TikTok* a *#euphoriaoutfits* possui mais de 79 bilhões de visualizações; no *Youtube* há diversos tipos de conteúdo diferentes sobre o figurino, como a reprodução dos próprios e explicando os figurinos em geral, sobre como eles estão alinhados na história geral e de cada personagem. Porém, os próprios criadores da série, junto com a Heidi e os atores, fizeram vídeos para o *YouTube* no canal da HBO para falar sobre suas ideias e o *storytelling*.

2.3 A maquiagem

A maquiagem foi direcionada por Donni Davy e, assim como o figurino, também foi revolucionária e vanguardista, principalmente se comparada a filmes e séries adolescentes. Além disso, a junção dessas duas áreas são essenciais para a caracterização do personagem, pois, é uma forma de criar uma estética específica e determinante para aquela pessoa. As maquiagens têm muitas cores vibrantes, brilhos e formas diferentes e variam de acordo com o momento do personagem na história. Em uma entrevista para a Teen Vogue (2019), Donni Davy diz que foi encorajada antecipadamente a usar cores, formatos, pedras, brilhos, *rhinestones*, desde que se encaixasse com o personagem e sua jornada. Ao comparar as maquiagens do *Euphoria* com *13 Porquês* (2017-2020), uma série da Netflix que tem um formato similar, é notória a diferença (ELIZABETH, 2019).

Figura 23: Moodboard criado por Donni Davy e imagem da série 13 Porquês (2017-2020).



Fonte: Compilado criado pela autora, 2023.

A maquiadora contou em uma entrevista que foi um desafio, pois havia muitas personagens femininas e a maquiagem era importante para cada personagem individualmente. Há referências dos anos de 1960, 1970, 1980 e 1990. Era importante saber que a maquiagem estava conectada com a história e a jornada emocional de cada personagem: as cores, formatos e texturas criavam esse sentimento (DAVY & FERREIRA, 2020).

No Instagram da maquiadora, semanalmente e no decorrer da transmissão dos episódios na plataforma da HBO MAX, ela compartilha o seu processo criativo para cada maquiagem referente ao seu personagem. Consequentemente, ao saber desses dados, é possível ter uma outra visão sobre a cena. A imagem a seguir contém 4 maquiagens da personagem Maddy e a maquiadora escreve na legenda do post o porquê da personagem usar maquiagens assim:

Observação: Há mais na maquiagem da Maddy do que *rhinestones* e delineados! Por baixo da sua armadura, Maddy sente a dor dos seus sonhos de infância arruinados e do seu psicótico e abusivo namorado. Eu fiz com que as maquiagens tivessem um elemento fantástico porque, apesar da sua personalidade forte, Maddy é uma romântica incorrigível e quer transcender o ‘casamento sem amor’ que é a sua vida em casa (Instagram, 2019, tradução nossa).

Figura 24: Postagem do Instagram da Donni Davy



Fonte: Instagram, 2019. (17)

17: PSA: There's more to Maddy's makeup than rhinestones and cat-eyes! Underneath her elaborate armor, Maddy feels the pain of crushed childhood dreams and a psychotic and abusive boyfriend. I designed her makeup to have a fantastical element to it because despite her fierce outward personality, Maddy is a diehard Romantic who wants to transcend the "loveless marriage" that is her home life.

Na primeira temporada, as cores, formatos e texturas usados na maquiagem eram mais coloridos e divertidos, já na segunda temporada, uma vez que a história se encaminha para um caminho mais obscuro, as maquiagens têm formatos mais fortes e com delineados abstratos, mostrando a mudança de cenário entre as duas. Abaixo, segue um post da maquiadora Donni Davy, em que ela apresenta um dos seus *moodboards* para a segunda temporada e explica quais foram as mudanças por meio da legenda do *post* do Instagram:

Um *spoiler* das maquiagens inspiracionais para essa temporada de *Euphoria*. A segunda temporada é como a irmã mais introvertida da primeira temporada. Há uma quietude nela, até que de repente se transforma. Ela tem seus grandes momentos glamourosos mas do nada muda para o minimalismo. Ela ama a sua pele natural, ficando livre de base. Ela experimenta todos os tipos de delineados, desde o clássico para o moderno até [...] algo com formas livres. Ela ama cores vivas, mas apenas quando está se sentindo ousada. Ela é contida com os brilhos e prefere uma versão mais leve dos muitos brilhos glamourosos da *Euphoria*. Ela também ama sangue falso. Espero que todos vocês amem o que criamos tanto quanto nós. Tudo é para vocês e inspirado em vocês (Instagram, 2021, tradução nossa).

Figura 25: Postagem do Instagram da Donni Davy



Fonte: Instagram, 2021 (18)

18: A glimpse of makeup inspiration for this season of Euphoria. Season 2 is like Season 1's more introverted sister. There's a steady 'quiet' to her until she's suddenly loud. She has her full glam moments but then switches to super minimalism. She loves her dewy skin, and going foundation free. She experiments with all different takes on winged liner from classic to modern to [...] something free form. She loves bright color, but only when she's really feeling bold. She's elusive with her sparkle and prefers a softer version of twinkling Euphoria glam. She also loves fake blood & gore. I hope you all love what we created as much as I do. It's all for you and also inspired by you.

Depois da estreia da série, os espectadores se sentiram inspirados pelas maquiagens e começaram a reproduzir. No Pinterest há diversas maquiagens inspiracionais e no *TikTok* apenas a *#euphoriamaakeup* conta com mais de 2.5 bilhões de visualizações e a *#euphoria* tem mais de 63 bilhões de visualizações, além dos conteúdos feitos para o Instagram e YouTube. Na série é muito utilizado glitters na maquiagem e todos eram da marca Lemon Head. Quando a primeira temporada estreou, muitos espectadores queriam saber onde comprar esses *glitters* e como a Donni Davy utiliza o Instagram como uma plataforma de exposição do seu trabalho, do conceito e dos materiais utilizados, rapidamente o público sabia onde comprar. No mesmo ano, a empresa Lemon Head lançou uma colaboração com a série, criando um kit de *glitters*, chamado *Euphoric Glitter Pro - Squad*.

Figura 26: Euphoric Glitter Pro Squad



Fonte: Lemon Head, 2021.

Ademais, devido ao sucesso, a maquiadora-chefe criou a sua própria linha de maquiagem chamada *Half Magic*, que conta com a estética da série, ou seja, sombras coloridas, *glitters*, *rhinestones* e delineadores. Por fim, em 2020, a série concorreu a diversos *Grammys*, incluindo o de Melhor Maquiagem Contemporânea e venceu nessa categoria (MAGALHÃES, 2022).

Figura 27: Produtos da marca Half Magic



Fonte: Vogue, 2022.

2.4 Personagens

Na primeira temporada, somos apresentados em cada episódio a um personagem específico, cada um deles tem um episódio em que sua primeira parte é focada na infância, o que faz o espectador entender o porquê do personagem ser assim no presente e após essa parte, a narrativa volta ao momento presente. É apresentada a história da Rue, Nate, Kat, Jules, Maddy, Cassie e Mckay.

Na segunda temporada, é introduzida a história do Fez, da Lexi e do Cal, o pai de Nate. Além disso, é introduzido um novo personagem, Elliot, que adentra o ciclo social da Rue e da Jules. Nessa temporada, é possível identificar uma mudança ambiental e sentimental, mostrando um lado mais sombrio.

Euphoria mostra os traumas que cada personagem sofreu durante a infância e o fardo que eles carregam, conseqüentemente moldando a personalidade de cada um, afetando a maneira como trata o próximo e a sua própria vestimenta. No decorrer dos episódios é possível entender o momento e os sentimentos do personagem ao analisar o figurino pois, corresponde com a situação atual dele.

Figura 28: Alguns personagens da série *Euphoria*



Fonte: Autoral, 2023.

Rue

Rue Bennet é a personagem principal da série, uma adolescente de 16 anos. No primeiro episódio é possível entender o passado dela, o pai começou a ficar muito doente e consequentemente a usar remédios mais pesados, o que levou a personagem a experimentar. Depois da perda do pai, começou a ingerir mais drogas, o que a levou a ter uma overdose aos 15 anos, ela foi encontrada pela irmã. Após esse acidente ela é levada ao hospital de reabilitação. Ao sair, começa a ir ao AA (19). De volta à escola, ela conhece a Jules, a menina nova da escola e as duas começam a se relacionar.

O estilo da Rue é o agênero, ela constantemente usa bermudas, blusas psicodélicas, all-stars, que inclusive são da atriz que interpreta a própria e o casaco vinho, pertencente ao seu pai. Sobre a escolha do figurino a Heidi Bivens diz: “Eu tentei tomar cuidado com o que é heteronormativo e tentei não cair nos estereótipos do que é tradicionalmente considerado masculino e feminino.” (Capricho, 2019) É possível notar que ela usa o casaco quando está passando por situações difíceis como ir ao AA e quando sente falta do pai. A paleta de cores da personagem gira em torno da cor vinho, roxa e marrom.

Figura 29: Rue



Fonte: Imdb, 2019.

O casaco do pai simboliza a luta dela com o vício, quando ela o utiliza significa a conexão emocional, a cor vinho é uma cor reconfortante que é associada com paixão e beleza, a maneira que a personagem vê o mundo assim como força e coragem, traços que admirava no pai.

A maquiagem da personagem para escola é não existente mas depois que ela começa a se relacionar com a Jules, uma pessoa extremamente criativa, ela utiliza maquiagem para festas mas ainda mantendo a sua identidade pessoal, então glitters e sombras mais escuras são utilizados. O diretor da série, Sam Levinson, tinha em mente desde cedo, que a maquiagem da Rue fosse colocada abaixo dos olhos, como uma “corrente de lágrimas”, no qual foi muito efetivo para a câmera, principalmente por causa do *glitter*, causando um reflexo de luz.

Figura 30: Maquiagem da Rue.



Fonte: Glamour, 2019

19: Alcoólicos Anônimos

Figura 31: Cena na piscina entre Rue e Jules na festa de Halloween.



Fonte: Imdb, 2019.



No episódio do *Halloween*, a figurinista quis manter o visual agênero da personagem, mas como ela sempre estava usando roupas *oversized*, foi comprado um *tux* (20) da seção infantil masculina, no maior tamanho. A fantasia escolhida foi em homenagem a Marlena Dietrich, uma atriz renomada dos anos de 1930, em específico do filme *Marrocos* (1930), no qual, inclui um beijo entre duas mulheres, fazendo referência ao beijo da Rue e da Jules na piscina, no qual a Jules, está fantasiada de Julieta, do filme *Romeu e Julieta* (1996).

Irá acontecer um baile de formatura na escola e o seu par é a Jules. Quem a veste e maquia é a Jules. A Rues está com um conjunto de blazer e calça e um corset na cor vinho, a sua maquiagem é composta por *glitters* roxo e pequenas estrelas.

Figura 33: Figurino da Rue e da Jules para o baile de formatura.



Fonte: Imdb, 2019.

Figura 32: Cena de investigação da Rue



Fonte: Moodboard criado pela autora, 2023.

No episódio 7, a Rue está com uma roupa de detetive no qual foi inspirado nos grandes personagens de detetive do ator Morgan Freeman e ela começa a investigar junto com a Lexi o que aconteceu.

Figura 34: Cena da estação de trem entre a Rue e a Jules



Fonte: Compilado pela autora, 2023.

20: A palavra tux vem de tuxedo, traduzido do inglês, significa smoking ou fraque.

Figura 36: Rue no primeiro episódio da segunda temporada.



Fonte: Instagram, 2022.

A Rue está usando uma blusa de manga comprida preta, calças Roberto Cavalli e um colete do Jean Paul Gaultier.

O relacionamento dela com a Jules, está ficando cada vez mais sério, a produção traz uma sequência fantasiosa das duas recriando várias cenas de casais de filmes famosos como: O Segredo de *Brokeback Mountain* (2005) e *Titanic* (1997), por exemplo.

Figura 38: Rue e Jules como nos filmes: *O Segredo de Brokeback Mountain* (2005) e *Titanic* (1997).



Fonte: Autoral, 2022.

Figura 39: Alucinação da Rue na Igreja.



Fonte: Imdb, 2022.

Nesta cena a Rue consome mais drogas o que acaba levando em uma alucinação, onde ela está em uma igreja, uma alucinação do enterro dela, ela abraça o padre que está vestindo um terno vinho e ela lembra do pai.

Figura 37: Figurino “formal” da Rue



Fonte: Who What Wear, 2022.

Quando a personagem está junto ao Elliot, sente como se pudesse ser ela mesma, ou seja, usar drogas sem julgamentos. Ela tem um plano, no qual consiste em se tornar uma revendedora de drogas, primeiro ela vai ao Fez, que imediatamente diz não, depois ela vai a Laurie, usando um blazer preto da sua mãe, para parecer mais formal, como em uma entrevista de emprego.

Nate

Nate Jacobs é o atleta popular da escola, o *quarterback* e o capitão do time de futebol americano. No segundo episódio, é introduzido o seu passado mas para o entender com mais profundidade é preciso compreender o seu pai, Cal Jacobs e no terceiro episódio da segunda temporada, é revelado o seu passado. Ele tinha um melhor amigo o Derek e os dois começaram a questionar a sua própria sexualidade na adolescência pois, sempre havia uma tensão entre os dois e no final eles se beijam e entendem que gostam um do outro. Eles estão felizes, mas Cal estava em um relacionamento com uma garota e ficou grávida e ocasionando o fim de qualquer relacionamento com o Derek, pois os dois estavam indo para faculdades diferentes.

Figura 40: Compilado de momentos do Derek e Cal jovens



Fonte: Autoral, 2023.

De acordo com uma entrevista da Heidi Bivens para a Interview Magazine, o figurino do Cal no presente, consiste em peças mais luxuosas como camisas da Margiela pois, ele é o tipo de homem que quer ter uma boa roupa e não quer se encaixar no estereótipo de “pai”. Além disso, ele tem um passado conservador, o que é refletido nas suas roupas (OTTENBERG, 2022).

A partir disso, Cal manteve relacionamentos secretos com homens gays e mulheres trans e gravava secretamente o momento do sexo. Os CDs contendo essas gravações são escondidos no seu escritório e o Nate quando criança, descobriu e começou a assistir esses vídeos. Ao ser introduzido a vídeos pornôns desde cedo, criou uma fantasia na sua cabeça e como o pai teve que esconder a sua sexualidade, Nate também a escondeu, mantendo uma fachada heteronormativo para todos. Ele era tão inseguro sobre isso, que não gostava de ir ao vestiário masculino, onde todos os atletas estavam pelados. Por causa disso, Nate criou a sua mulher “ideal”:

Ele tinha uma lista do que ele gostava e não gostava nas mulheres. Gostava de saínhas, shorts jeans mas não tão curtos que se vissem os bolsos. Gostava de sapatilhas, saltos mas odiava tênis e sapatos. Sandálias o agradavam, desde que as unhas estivessem feitas. Gostava de coxas finas, mas não de tornozelos gordos. Gostava de bronzeados, pescoços longos, ombros curtos, boa postura, perfumes com cheiro de frutas, lábios carnudos, narizes finos e gargantilhas, mas de renda, com flores ou figuras delicadas. Odiava meninas, que se sentavam como meninos, falassem ou agissem como meninos, mas não havia nada na Terra que ele odiasse mais do que pelos (EUPHORIA, 2019, Episódio 2, Temporada 1).

O figurino do Nate é de um adolescente “tradicional” de 16 anos, blusas, calças, suéteres e casacos, no qual giram em torno da cor azul que um dos significados é a masculinidade. Ele usa muito o azul escuro que simboliza convencionalismo, seriedade e autoridade, e Nate é um personagem bem controlador e violento principalmente com mulheres. Além disso, o azul escuro também está associado à repressão de emoções, neste caso é a repressão da sua sexualidade e não conseguir entender os seus sentimentos (OTTENBERG, 2022).

Figura 41: Nate Jacobs



Fonte: Imdb, 2019.

Quando o Nate vai ao escritório do pai, descobre que ele se relacionou com a Jules, uma garota trans, nova na cidade e que frequenta a mesma escola e círculo social que o Nate. Após essa descoberta, o personagem cria uma conta em aplicativo de namoro com o codinome Tyler e começa a se relacionar com a Jules. Inconscientemente, ele gostava de conversar com ela e de acordo com uma entrevista que o ator deu para o *Inside the episode*, ele diz: o Nate se sente ameaçado pela liberdade da Jules; ela o faz questionar a sua sexualidade.

Figura 42: Primeira vez do Nate usando uma blusa branca



Fonte: Instagram, 2020.

A única vez que Nate usa branco na primeira temporada é quando vai confrontar e ameaçar o Tyler, um garoto que se relacionou com a Maddy em uma festa. A cor branca simboliza paz e o bem, o personagem pensa que ele vai ser o *white charming knight* (21) para a Maddy, ou seja, ele a está salvando desse garoto que possivelmente fará mal a ela.

Figura 43: Nate vestido de prisioneiro no Halloween



Fonte: Cosmopolitan, 2019.

Acontece uma festa de Halloween onde Nate vai vestido de presidiário ao lado de Maddy, simbolizando o seu retorno e todos mesmo sabendo que ele a enforcou pois, conhecem o seu caráter, o aplaudem ao chegar na festa, como um herói. Essa roupa mostra ao expectador o quão poderoso e assustador é o personagem,

Figura 45: Segunda vez que o personagem usa uma blusa branca



Fonte: Imdb, 2022.

Nesse momento, Nate está usando uma blusa branca, a primeira vez nesta temporada, simbolizando o afastamento do pai e a liberdade que ele sente.

Figura 44: Figurino com tonalidade mais escura do personagem



Fonte: Imdb, 2022.

Na segunda temporada, quando o personagem quer ser “totalmente” ruim e fazer uma ação que irá prejudicar alguém mas irá beneficiá-lo, o personagem se veste com roupas pretas. Um dos significados mais presentes da cor preta é o mal.

Kat

O passado da Kat fala sobre o seu ganho de peso, aos 11 anos ela tinha um namorado, Daniel e nas férias ela foi para Jamaica junto com sua família e bebeu muitas *piñas* coladas sem álcool e quando retornou para escola tinha ganhado peso e suas roupas não estavam servindo mais, para os seus colegas não descobrirem que tinha ganhado peso, ela cobriu todo seu corpo com várias camadas de roupa. Nesse mesmo dia Daniel terminou com ela. A partir disso, Kat começou a assistir vários filmes de romance e no ensino médio escrevia *fanfics* (22) eróticas no *tumblr*, o que a tornou famosa foi a sua história sobre o Louis e o Harry do banda *One Direction*.

No começo da série, Kat usa muitas roupas *vintage* e seu estilo foi inspirado na personagem de Thora Birch (Enid) no filme *Aprendendo a Viver* (2009). Em uma festa, perdeu sua virgindade mas foi filmada sem sua permissão e o vídeo foi publicado em um site de vídeos adultos e repercutiu. Ao investigar o vídeo percebeu que muitas pessoas gostaram e que poderia ser paga por isso. Na escola não era popular mas na internet sim, assim como, com suas *fanfics*; a partir disso começou a fazer vídeos e chamadas em sites adultos. Consequentemente, se sentiu mais confiante em relação ao seu corpo e começou a usar roupas mais ousadas, transparentes e justas ao corpo, com um estilo BDSM (23), como o uso de correntes, espartilhos e *chokers*, além de maquiagens coloridas. Porém, as maquiagens ainda são experimentais pois ainda está descobrindo o seu estilo.

Figura 46: Antes e depois do figurino da Kat



Fonte: Compilado pela autora, 2023.

No episódio 6, no qual se passa em uma festa de *Halloween*, Kat vai vestida de Thana, do filme *Sedução e Vingança* (1981). Esse figurino foi muito repercutido, a maquiadora disse que é uma das suas maquiagens favoritas da série. Nesse meio-tempo, a personagem continua a trabalhar na plataforma de vídeos adultos e começa a ganhar muito dinheiro.

22: Traduzido do inglês, no sentido literal significa “ficção de fã”, ou seja, quando um fã de um artista e/ou personagem fictício cria histórias paralelas sobre essa pessoa ou grupo.

23: É uma sigla para Bondage, Disciplina, Dominação, Submissão, Sadismo, e Masoquismo.

24: Traduzido do inglês, significa “garota da câmera”, onde mulheres interagem com outras pessoas, normalmente homens, podendo ser um conteúdo sexual ou não.

Na segunda temporada, a personagem abandonou o trabalho de *cam girl* (24), causando uma mudança no seu estilo de roupa. Ela está usando peças mais coloridas e vibrantes como: verde e rosa. Assim como nas maquiagens, estão bem mais coloridas e divertidas.

Figura 48: Figurino da Kat na segunda temporada



Fonte: Autoral, 2023.

Figura 47: Figurino da Kat para o *Halloween*



Fonte: Compilado pela autora, 2023.

O passado de Jules envolve o entendimento sobre o seu gênero. Ela é uma mulher trans e quando estava descobrindo o seu gênero sofreu de depressão e ansiedade aos 9 anos, antes da sua transição, a mãe a internou à força em um hospital psiquiátrico para garotos e tentou cometer suicídio. Após a sua saída, a mãe a abandonou mas tem um ótimo relacionamento com o pai. Aos 13 anos começou o seu tratamento de transição de gênero.

Para a Jules, ser feminina e mulher era se vestir para agradar aos homens héteros, então no começo da temporada usava muitas minissaias, vestidos e blusas com coloração pastel. Esse estilo de roupa era o que ela achava que os homens queriam em uma mulher. No episódio 7 da primeira temporada, a personagem fala como ela se sentia no começo da transição: “Na minha cabeça é [...] Se eu conquistar os homens, conquisto a feminilidade.” (38:40). O diretor Sam Levinson, se inspirou na *Sailor Moon* (25) para construir o figurino junto com Heidi.

Figura 49: Looks da Jules no começo da primeira temporada



Fonte: Compilado pela autora, 2023.

25: Usagi Tsukino, mais conhecida como *Sailor Moon* ou Navegante da Lua, é a personagem principal do anime e mangá *Sailor Moon*.

O cabelo da Jules é um simbolismo de como ela está se sentido. Desde o primeiro episódio até o quarto ela está com o cabelo loiro e com mechas rosas, o que significa que ela está feliz. Porém após o encontro dela com Nate ela fica triste e a partir do quinto episódio começa usar mechas azuis, simbolizando a tristeza.

No episódio 6, do *Halloween*, a fantasia dela é Julieta, da versão do filme *Romeu e Julieta* (1996), o vestido é vintage que foi encontrado na internet e a produção do figurino o recriou em três versões pois haveria cenas na água. As asas de anjo foram feitas pela mesma pessoa que fez a do filme original.

Figura 50: Jules vestida de Julieta no Halloween



Fonte: Compilado pela autora, 2023.

Figura 51: Figurino do depoimento.



Fonte: imdb, 2019.



Figura 52: Figurino da Jules no baile de formatura



Fonte: Abril, 2019.

Terá um baile de formatura na escola e a sua roupa mostra a grande evolução da personagem, ela está vestindo calças, um top e um casaco furta cor transparente com o símbolo trans nas costas, um *look* que nunca usaria no começo da temporada. O seu cabelo está com mechas pretas e a maquiagem contém adesivos holográficos.

Na cena do depoimento, quando ela mente para polícia por causa da ameaça de Nate é possível notar a mudança do figurino da Jules, constando cores com mais contrastes como: o laranja, roxo e rosa escuro, além de estar partindo para um visual menos feminina, ou seja, começou a usar calças, blusas e casacos mais largos.

Na festa de Ano Novo, a sua roupa é bem diferente do que foi visto durante a primeira temporada, agora ela está com o cabelo curto, está vestindo um top com pedrarias da NIHL e embaixo uma blusa de manga comprida da marca Maroske e uma saia estilo corset da marca Oursend Iris e luvas (ROBY, 2022).

Figura 53: Figurino da Jules na festa de Ano Novo



Fonte: Autoral, 2023.

Por causa da Rue, a personagem começa a se aproximar do Elliot. É possível identificar que de acordo com o nível de aproximação da personagem com outros, ela muda o seu estilo de roupa. No começo ela se vestia com roupas bem femininas, para os homens héteros, quando começou a namorar a Rue, na segunda temporada, começou a se vestir com roupas *oversized* e andrógenas e finalmente, quando começou a se aproximar do Elliot, começou a usar roupas como moletom e em tonalidades similares. Quando ela descobre que a Rue voltou a usar drogas, ela e Elliot fazem uma intervenção e falam para a mãe da Rue. Essa é a primeira vez que a personagem está usando uma cor sóbria, um casaco de moletom cinza.

Figura 54: Figurino da Jules no momento do confronto com a Rue



Fonte: Imdb, 2022.

Maddy

Quando a Maddy era criança participava de diversas competições de miss, a maquiagem tinha o seu signature look, o delineado, no qual é a identidade dela até o momento atual da série. As competições a deixavam confiante e sabia que isso fazia com que as pessoas a amassem. As competições acabaram depois que o seu agente foi preso por molestar crianças.

A personagem desde criança gostava de fazer “nada”, nunca teve desejo de trabalhar, os pais são imigrantes vindos do México, a mãe trabalha com pedicure e o pai era um bêbado. A Maddy via a mãe trabalhando para mulheres brancas que não faziam “nada” e era isso o que queria. Para se encaixar nesse universo começou a usar roupas falsificadas de marcas de luxo, como o conjunto estilo “Chanel” e a roupa de ginástica com o monograma da Louis Vuitton.

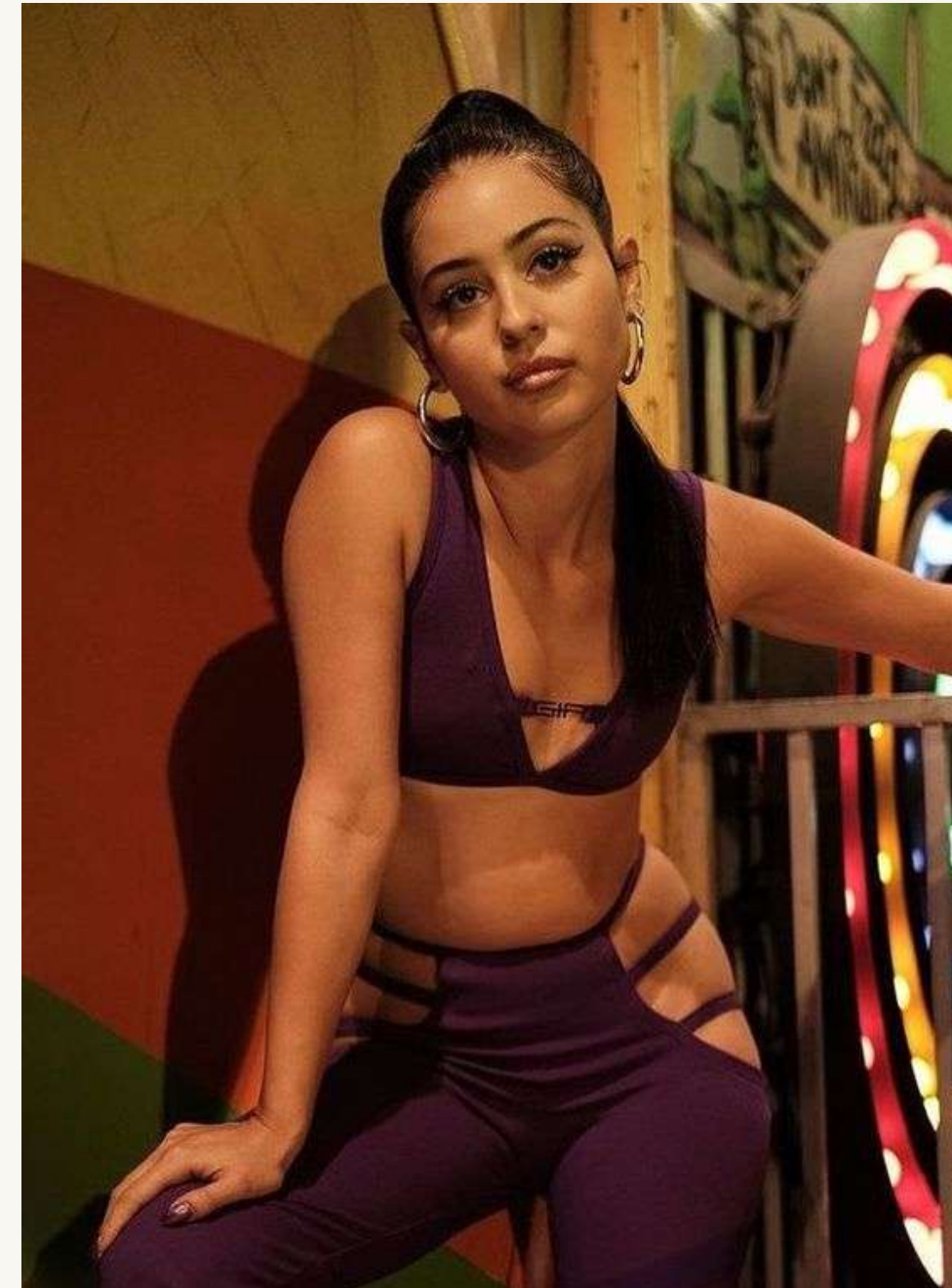
Figura 55: Figurino da Maddy no começo da primeira temporada



Fonte: The Cut, 2019.

No episódio 4, tem um *carnival* acontecendo na cidade e todos vão. A Maddy aparece com uma roupa na qual o Nate diz: Por que você está se vestindo igual a uma prostituta? (13:52). Ela está usando um top e uma calça com recortes nas laterais, feito por uma marca australiana, chamada I.AM.GIA, essa roupa foi feita exclusivamente para a série pois, só tinha nas cores preto e branco, mas a marca autorizou que a figurinista cria-se a peça mas na cor roxa (CADENAS, 2019).

Figura 56: Conjunto roxo da I.AM.GIA



Fonte: L'officiel, 2019.

Ao chegar em casa, Maddy percebe que está com marcas no pescoço causadas pelo seu namorado. No dia seguinte na escola, aparece com short, casaco de moletom e uma blusa de gola alta azul escura, óculos de sol e apenas um delineado, a pele está limpa, demonstrando a fragilidade em que a personagem se encontra. Ela passa mal por causa do calor e é levada para a enfermaria inconsciente e lá a enfermeira nota as marcas de agressão. Os pais são chamados para a escola e decidem prestar queixa. A Maddy é levada para delegacia para que possam fazer o corpo delito, mas não colabora porque não quer incriminar o Nate. Após a resistência, os policiais a amarram à força na cadeira e rasgaram suas roupas para tirar fotos das evidências.



Figura 57: Figurino da Maddy após ser abusada fisicamente



Fonte: Compilado criado pela autora, 2023.

Figura 58: Figurino da Maddy na festa de *Halloween*.



Fonte: Cosmopolitan, 2019.

Na festa de Halloween, Nate e Maddy aparecem juntos pela primeira vez após a acusação de agressão. A fantasia da Maddy é a personagem Jody Foster, do filme *Taxi Driver* (1976).

Figura 59: Figurino da Maddy no baile de formatura



Fonte: Compilado criado pela autora, 2023.

A festa de formatura foi onde Maddy usou um vestido preto semi transparente cheio de brilhos, acompanhada de suas amigas. Esse vestido pode ser considerado um “spoiler” para a segunda temporada, já que a personagem usa um vestido preto na sequência.

Na volta da segunda temporada a personagem aderiu a cor preta e delineados mais afiados. O seu *look* da festa de Ano Novo é um vestido feito exclusivamente para a personagem pelo designer Aiden Euan, que tem uma linha chamada Akna e os sapatos são da Amina Muaddi X AWGE.

Figura 60: Figurino da Maddy do primeiro episódio da segunda temporada



Fonte: Autoral, 2023.

Depois dos acontecimentos com Nate, a personagem quer começar a ter uma independência, portanto, ela começa a trabalhar como babá para uma família rica. A mãe, Samantha, é uma pessoa que a Maddy admira. No episódio 3, é possível entender melhor essa dinâmica, a Samantha tem um closet com diversas peças *vintage* de alta costura, que foram emprestadas por um amigo da atriz que interpreta a Maddy, Alexa Demie, para a série. Em uma entrevista para a Nylon Magazine a figurinista Heidi Bivens explica o porquê das peças do closet serem todas *vintage*:

Eu comecei a pensar em usar peças de roupas atuais e eu soube que quando a temporada fosse lançada, todo mundo já teria esquecido essas tendências. Olha, a série vai estreiar no mês da moda. Então, eu pensei, porque não criar a personagem Samantha a mãe de uma criança que a Maddy está cuidando, como uma colecionadora de peças *vintage*?. Portanto eu poderia usar tudo o que quisesse em um closet, e eu não precisaria seguir uma estética para fazer sentido (Nylon Magazine, tradução nossa, n.p.).

A Maddy faz uma festa de aniversário onde apenas convida suas amigas mais próximas e o Nate. Ela está usando um vestido do Marc Jacobs, que tem pequenas iniciais da letra “M”(BIVENS et al., 2022). O Nate dá de presente um colar de prata da Tiffany, o Return to Tiffany.

Figura 63: Vestido da Norman Norell



Fonte: Compilado pela autora, 2023.

Figura 61: Momento do presente na festa de aniversário da Maddy



Fonte: Imdb, 2022.

A Samantha, sua chefe, dá de presente um vestido roxo da marca Norman Norell, fazendo referência a cor roxa predominante da personagem na primeira temporada. No qual está no acervo do *Metropolitan Museum of Art* em Nova Iorque.

Figura 62: Alguns *looks vintage* do closet da personagem.



Fonte: Autoral, 2023.

Cassie

A personagem Cassie, usa constantemente as cores rosa claro no qual simboliza: feminilidade e romance, a outra cor é o azul claro que aparece com mais frequência, simbolizando a tristeza, solidão e conflito de emoções, além disso cores com tonalidades mais claras podem ser associadas a infantilidade. A família da personagem consistia no pai, na mãe e na irmã mais nova, Lexi. O pai era um homem bonito e constantemente outras mulheres flertavam com ele, causando brigas com a esposa, que tinha problemas com álcool. Consequentemente, os pais se divorciaram quando a Cassie estava no Ensino Médio, todo final de semana ela e a irmã saíam com o pai, mas com o tempo o pai foi parando de aparecer. Ele sofreu um acidente de carro grave, ocasionando um vício em drogas. A última vez que a Cassie o viu, foi quando ele apareceu de madrugada na casa dela, ele roubou dinheiro e itens de alto valor para poder comprar mais drogas.

No começo da puberdade, ela percebeu que vários homens mais velhos falavam do seu corpo e a abraçavam por tempo demais. Por causa do abandono do pai, a personagem sempre busca aprovação e atenção masculina, impactando nas suas vestimentas, maquiagem e comportamento, principalmente, no lado sexual. Inclusive, uma sex tape dela foi vazada e a maioria dos garotos a criticaram por causa disso.

O figurino da personagem gira em torno do que ela acha que os “homens héteros” vão gostar, ou seja, roupas mais justas, decote e peças com modelagem mais simples. A maquiagem segue o mesmo pensamento: no dia a dia uma maquiagem leve e natural mas nas festas ela adiciona um olho esfumado. Além disso, a figurinista disse em uma entrevista que o estilo da Cassie gira em torno de pesquisas no *Tik Tok* e no Instagram. Desde o começo já era visível o perfil de cada personagem, mas como a Cassie não. Era difícil de entender, até que Heidi e o Sam entenderam que ela não a conhece e entende. Ela se inspira em outras garotas para criar o seu “estilo” (OTTENBERG, 2022).

Figura 64: Cassie no começo da primeira temporada



Fonte: Compilado pela autora, 2023.

Figura 65: Figurino da festa de *Halloween* da faculdade x da escola



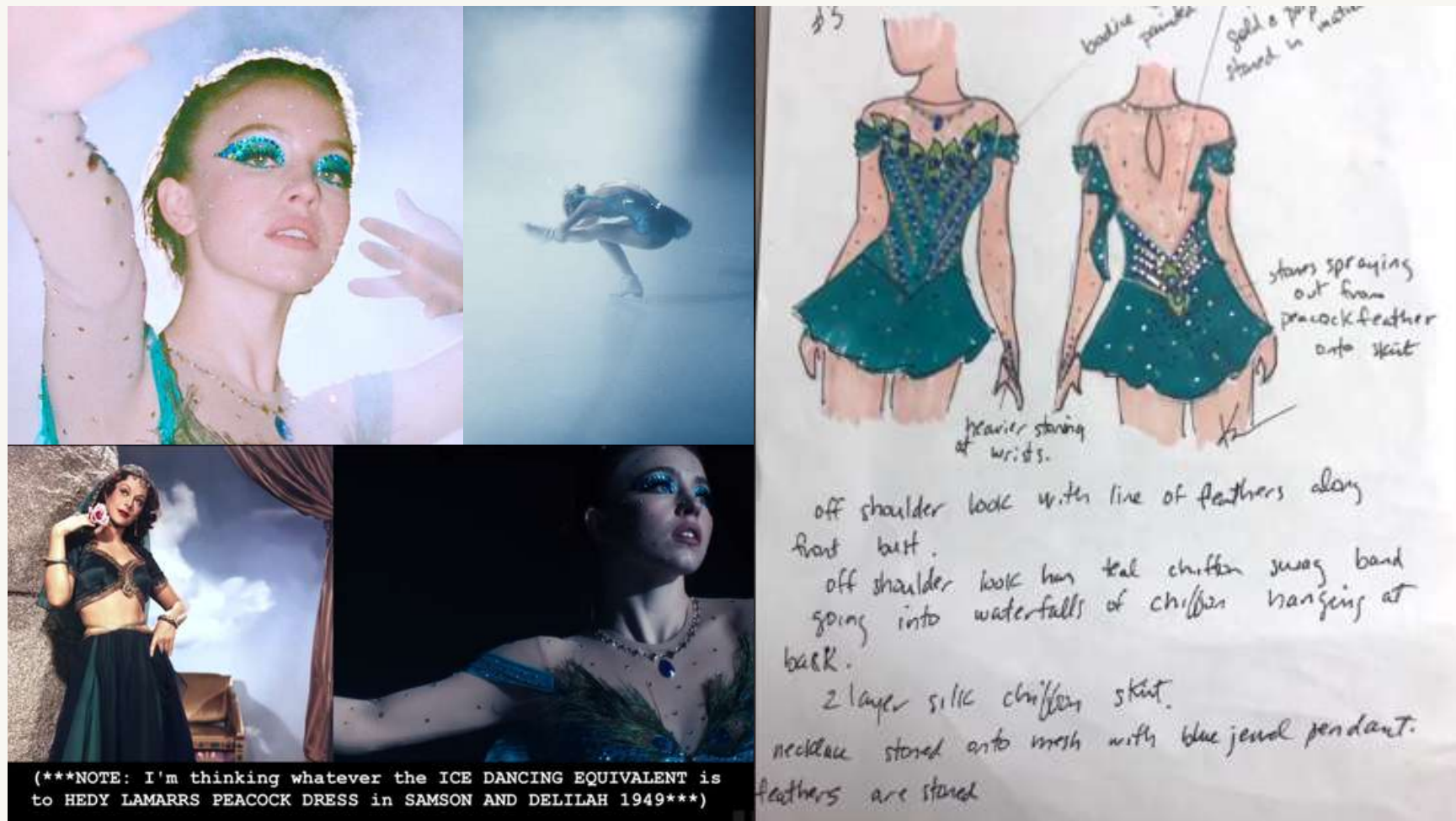
Fonte: Compilado pela autora, 2023.

A Cassie está sempre buscando relacionamentos com homens, na série ela começa a namorar o McKay, ex-aluno da escola e que acabou de entrar para a faculdade. No episódio 6, que se passa no *halloween*, ela e McKay iam para uma festa na faculdade, a fantasia dela era de Alabama Worley, do filme *Amor à Queima Roupa* (1993) porém, o seu namorado falou que não era apropriado, então ela trocou de roupa e usou uma camiseta de futebol americano, contra a sua vontade. Depois, teve a festa de *Halloween* da escola no qual ela usou a fantasia que queria e todas as suas amigas a apoiaram.

Quando a personagem descobre que está grávida decide fazer um aborto. Cassie junto da mãe e da irmã mais nova, Lexi vão a clinica de aborto. Essa é a primeira vez onde ela usa uma roupa de tonalidade diferente, um conjunto de moletom azul escuro e sem maquiagem que refletem a seriedade do momento.

Quando o procedimento começa, o espectador vê cenas do presente e da imaginação da Cassie onde ela é uma patinadora de gelo, a profissão dos seus sonhos quando criança. O figurino foi inspirado no *Peacock dress* (vestido de pavão) da Hedy Lamarrs do filme *Samson and Delilah* (1949), no qual foi uma visão do próprio diretor. Começa a cena de patinação porque era o seu sonho ser uma patinadora profissional quando criança.

Figura 67: Figurino imaginário de patinação.



Fonte: Autoral, 2023.

Figura 66: Figurino da Cassie na clinica de aborto.



Fonte: Compilado pela autora, 2023.

Figura 68: Figurino da Cassie no baile de formatura.



Fonte: Capricho, 2019.

Para o baile de formatura o vestido da personagem era de cetim rosa, ela era a única que estava sem maquiagem. Pois, ela se sente confiante nesse momento e não está pensando em impressionar nenhum homem. Em um *post* no *Instagram* da Kristen Sage Coleman, uma das maquiadoras da série é dito: a falta de maquiagem é proposital, sendo possível visualizar um contraste entre ela e as outras personagens porque, ela atingiu um nível tão alto emocionalmente que foi preciso ver a pura vulnerabilidade como um resultado das suas experiências anteriores.

Figura 69: Look da Cassie na Festa de Ano Novo



Fonte: Compilado pela autora, 2023.

No retorno da segunda temporada, vemos a personagem triste indo para a festa de Ano Novo usando um vestido azul da marca House of CB com sapatos da Prada.

Figura 70: Mudanças de figurino da Cassie para impressionar o Nate



A personagem começa a se relacionar com o Nate em segredo. Na escola ela tenta ser o centro da atenção dele, portanto, começa a acordar às 4:00 da manhã para começar a se arrumar. Todo dia ela vai com um estilo diferente, pensando em qual ele iria gostar mais e ele continua a ignorando. Porém, um dia ela se veste com uma roupa no estilo da Maddy e ele olha para ela. O último look, é uma referência ao *look* do *carnival* roxo da I.AM.GIA, usado pela Maddy na primeira temporada (figura 56).

Fonte: Autoral, 2023.

Após a descoberta do seu relacionamento secreto com Nate, ela entra em depressão pois acha que ninguém gosta dela. Porém, ele liga e retorna com o relacionamento de forma oficial e na frente de todos. Há uma cena no episódio 7, onde o Nate escolhe a roupa que ela vai usar, uma delas é um vestido da Moschino, da coleção de Primavera/ Verão 2022, que tem um grande simbolismo na relação de poder entre os dois. O Nate se sente bem em poder controlá-la, essa coleção traz referências infantis e de dona de casas dos anos 50. Pois, crianças e donas de casa dessa época, eram dependentes de alguém (UKIOMOGBE, 2022). Cassie gosta desse controle sobre ela, pois diz: Pode controlar o que visto. O que eu como. Com que falo [...] Eu pertenço a você (42:39).

Figura 71: Nate vestindo a Cassie com o look da Moschino.



Fonte: Compilado pela autora, 2023.

Figura 72: Figurino que mistura estilos da Maddy, Cassie e Jules



Fonte: Compilado pela autora, 2023.

Quando apareceram juntos em público pela primeira vez, é possível notar uma diferença estética na personagem pois, o Nate começou a vesti-la, inclusive ela começa a usar o colar da Tiffany & CO que anteriormente tinha sido presenteado a Maddy, no seu aniversário. De acordo com a maquiadora Donni Davy:

O objetivo era para ela se tornar um híbrido da Jules x Maddy x Cassie da primeira temporada, que atrairia o Nate ou possivelmente o seu subconsciente. Ela está mais loira e com o cabelo liso, pele mais clara, mais maquiada e as roupas têm inspiração na Maddy e na Jules. Nós mantemos o rosto e o corpo mais pálido, um paralelo com a Jules, e fazer uma referência de que ela está vivendo na casa estilo caverna do Nate. A Cassie normalmente é mais bronzeada e tem bochechas rosadas, então ver ela pálida é preocupante e sugere que ela está se sentindo mal fisicamente (INSTAGRAM, 2022, tradução nossa).

Fezco ‘Fez’

O personagem Fezco é um traficante de drogas junto do seu irmão mais novo, Ashtray. Porém, eles herdaram esse trabalho da sua avó, que começou a cuidar deles porque os pais do Fez não o tratavam bem. Ela o ensinou a vender drogas e desde criança era o seu “parceiro”. Além disso, por ser uma figura feminina, sempre o ensinou a ser gentil com o próximo e cuidar da sua família, o que se tornou um traço presente na sua vida e apenas usar violência como último recurso.

Um dia ele achou a sua avó desmaiada no chão do banheiro e a levou de carro até o hospital pois, se chamasse a ambulância iriam descobrir as drogas na casa. Ela permaneceu em coma. Portanto, Fez assumiu os negócios pois tinha que cuidar da sua avó e do seu irmão.

Figura 73: Figurino da avó do Fez.



Fonte: Moodboard criado pela autora, 2023

Figura 74: Momento entre Fez e Lexi na Festa de Ano Novo



Fonte: Imdb, 2022.

O figurino do Fezco foi inspirado em uma estética dos anos 80 e 90 do Brooklyn, em um grupo chamado *Lo Lifes*, no qual criaram um *lifestyle* girando em torno do amor pela marca Polo Ralph Lauren mas também se inspirou nas roupas que o próprio ator usava (BIVENS, 2023). Além dessa marca, ele usa Supreme e Palace. A paleta de cores são as primárias: vermelho, azul e amarelo. A primeira cena que a audiência vê o personagem na segunda temporada, ele está vestindo uma blusa da Supreme.

O Fez fica observando o Nate a festa inteira. O figurino do Nate é uma jaqueta preta e uma blusa cinza e o do Fez é um suéter verde, ao se aproximar do Nate ele retira o suéter e fica com uma blusa branca, ao ver um do lado do outro há esse grande contraste de cores. Além disso, há o simbolismo das cores preto e branco, uma simbolizando algo positivo e a outra o negativo. Segundo o livro, *Euphoria Fashion* (2023), da Heidi Bivens:

Figura 75: Contraste do figurino do Fez e do Nate



Fonte: Imdb, 2022.

Um figurinista tem que estar preparado para camadas de roupas que podem ser retiradas espontaneamente durante as filmagens. Normalmente não está escrito no roteiro ou planejado e motivado por alguma ação em cena ou um instinto do ator ou que o diretor tenha. Para a festa de Ano Novo, nós demos ao Angus uma camiseta de manga longa para usar por baixo do suéter para conforto – sem nenhum plano de aparecer para a câmera. Quando estava na hora de gravar a cena da briga entre o Angus e o Jacob, Sam decidiu que o Fezco deveria tirar o suéter ao se aproximar do Nate. Foi um lembrete para mim que toda peça de roupa, mesmo escolhida para o confronto, tem que estar pronta para a câmera (BIVENS, 2023, p. 230, tradução nossa).

Depois da festa, ele e a Lexi mantiveram contato, ela foi na casa dele assistir filmes e sempre conversavam por ligação. Ela contou a ele sobre a peça de teatro que está produzindo na escola, mas está com medo de ninguém gostar e ele se torna o maior apoiador. No dia da peça, o personagem comprou um terno preto e uma camisa social branca, algo completamente fora do seu estilo, mas ele está fazendo isso pela Lexi e se preocupa se está bem arrumado para o evento. Além disso, comprou rosas e escreveu uma carta para ela.

Figura 76: Figurino do Fez para ir à peça da Lexi



Fonte: Compilado pela autora, 2023.

A Lexi, é a irmã mais nova da personagem Cassie, durante a infância e a adolescência a personagem sempre se sentiu na sombra da irmã pois era mais introvertida e observadora. Quando ela via como os homens tratavam a irmã e a olhavam desde do início da puberdade de forma sensual, ela se retraiu ao máximo, por isso, o seu estilo é mais conservador e preppy. A paleta de cores da personagem gira em torno de tons terrosos.

Na primeira temporada a Lexi não tem destaque, ela aparece em várias cenas mas sem falas. A audiência entende que ela era a melhor amiga da Rue na infância e que é a irmã da Cassie. Porém, na segunda temporada a personagem tem um grande destaque, começando um relacionamento com o Fez e criando uma peça de teatro na escola, chamada *This is Life* [Essa é a Vida], uma peça que gira em torno do ponto de vista da personagem na vida social dos amigos e da família.

Além disso, nessa temporada a personagem usa diversas peças da marca Miu Miu, que faz um simbolismo entre a relação entre ela e a Cassie que usa Prada. A Prada simboliza a irmã mais velha e a Miu Miu a mais nova, que é uma marca conhecida por ser “a irmã caçula da Prada” (LEE, 2022).

Figura 78: Lexi e Fez na loja dele



Fonte: Compilado pela autora, 2023.

Depois da Festa de Ano Novo, quando ela se aproximou do Fez, ela quis o visitar na loja dele pois, ele foi a primeira pessoa que se importava com ela. Então, ela vestiu uma roupa com tonalidade mais escura e usou um batom vermelho, demonstrando confiança. Porém, ela se retrai ao ver a Faye na loja.

Figura 77: Figurino da Lexi - Miu Miu



Fonte: Imdb, 2022.

Faye

A Faye é uma nova personagem que entra na segunda temporada, no ciclo social da Rue e do Fezco. O diretor Sam Levinson, se inspirou na série de anime *Cowboy Bepop's* ao escrever a personagem, além da própria atriz no figurino. De acordo com a assistente de figurino, Angelina Vitto, a personagem compra em brechós e gosta de peças mais sexys e fofas, ela usa marcas como: Roxy, Frankie B, Miss Sixty, Betsy Johnson e até algumas peças para crianças (BOBILA, 2022).

Figura 79: Figurino da Faye



Fonte: Nylon Magazine, 2022.

McKay

O pai do McKay tinha um sonho de que seu filho se tornasse o melhor jogador de futebol americano, então, a sua infância foi voltada a praticar o esporte. Ele era tímido mas nos jogos ganhava confiança, pois sabia que era bom porém, o pai sempre o ensinou a bloquear sentimentos para que pudesse sempre estar focado no jogo e ser o melhor. Entretanto, ao começar a faculdade com bolsa de estudos para jogar futebol americano, notou que os outros jogadores eram tão bons quanto ele e passou todos os jogos no banco de reserva, consequentemente, quebrando a confiança que tinha quando jogava no Ensino Médio. Ao admitir para o pai sobre ter jogadores melhores, o pai diz que é invenção da cabeça dele.

McKay começou a namorar a Cassie e gostava quando outros homens olhavam para ela e o invejavam por estarem namorando. Na festa de Halloween da faculdade, ele é violentado sexualmente por 8 homens enquanto ele e a Cassie estavam no dormitório. Após a violência, ele vai ao banheiro se recompor e retorna ao quarto como se nada tivesse acontecido e transa com a Cassie de forma violenta, o que a faz sentir como um objeto. Consequentemente, ele sente que sua masculinidade e confiança foram quebradas.

Figura 80: McKay nos jogos de futebol americano



Fonte: Imdb, 2019.

Elliot

O Elliot é o novo personagem introduzido na segunda temporada, adentrando o ciclo social da Rue e da Jules. A audiência conhece o personagem na festa do Ano Novo, usando drogas, a partir disso, ele e a Rue tornam-se amigos. O estilo do personagem é inspirado no ator e cantor, Dominic Fike, trazendo referências do *streetstyle* da década de 90. De acordo com a figurinista Heidi Bivens, o personagem usa muitas roupas do próprio ator, o que ela categoriza como method costume, ou seja, quando mistura a vida pessoal com a ficção e as outras peças são de brechós. A paleta de cores gira em torno do verde, azul e preto (THROWING Fits Pod, 2023)

Figura 81: Figurino do Elliot



Fonte: Compilado criado pela autora, 2023.

2.6 Os atores após a série

De acordo com o artigo, *The Euphoria Effect* (O Efeito Euphoria) da revista *Business of Fashion* afirma que o impacto na moda foi mais forte do que séries como *Emily in Paris* (2020) e *Gossip Girl* (2007-), onde a moda é uma “personagem”. Fora da série, os atores tornaram-se figuras importantes para a indústria da moda, chamando a atenção de grandes marcas, os convidando para serem embaixadores, fazerem colaborações, parcerias e muitas capas de revistas ao redor do mundo (KENNEDY, 2022).

A atriz Zendaya (Rue), já era uma atriz conceituada antes do *Euphoria* porém, após a estréia, ela se tornou uma das atrizes mais bem pagas e referência em moda com a assistência do seu *stylist*, Law Roach. A partir de 2019, da estreia do *Euphoria*, a atriz compareceu ao seu quinto MET GALA (DELGADO, 2022). No Grammy, ela se tornou a atriz mais nova a ganhar o prêmio de Melhor Atriz em uma Série de Drama, em 2020 e em 2022, ganhou o mesmo prêmio pela sua personagem, Rue (REDAÇÃO VOGUE, 2022). Além disso, ela era uma das embaixadoras da Valentino, entre 2020 e 2022, porém, em 2023 migrou para a Louis Vuitton. O CFDA (*Council of Fashion Designers of America*), elegeu a atriz como ícone *fashion* do ano em 2021 (CNN, 2021). Por fim, ela junto do seu *stylist*, foram os pioneiros do estilo *method dressing*, que é quando um ator se veste de acordo com a estética do filme e/ou serie para um tapete vermelho (WEBER, 2022).

Figura 82: Momentos de moda da Zendaya



Fonte: Autoral, 2023.

A atriz Barbie Ferreira (Kat) vem de família brasileira e no ano de 2023 compareceu ao Baile da Vogue, no Copacabana Palace, vestindo Mirror Palais, uma marca do designer brasileiro Marcelo Gaia, junto de havaianas, que posteriormente fez uma coleção com a marca. Durante a sua vinda ao Brasil, protagonizou também a capa da revista Vogue Brasil, da edição de Abril. Além disso, compareceu ao MET GALA de 2021, vestindo Jonathan Simkhai (REDAÇÃO VOGUE, 2023).

Figura 83: Momentos de moda da Barbie Ferreira.



Fonte: Autoral, 2023.

O ator Jacob Elordi (Nate), tornou-se uma referência no *streetstyle* masculino, utilizando roupas de alfaiataria junto de peças mais básicas, como uma t-shirt branca. Em conjunto ao seu *streetstyle*, normalmente adere algum acessório ou peça com um lado mais feminino, o mais comum são as bolsas. Além disso, é convidado para desfiles de grandes marcas como Burberry e Bottega Veneta (FAMELE, 2022).

Figura 84: Momentos de moda do Jacob Elordi.



Fonte: Autoral, 2023.

A atriz e modelo Hunter Schafer (Jules), era conhecida com o seu trabalho de modelo para grandes marcas como, Marc Jacobs, Miu Miu, Dior, Rick Owens, Gucci, Tommy Hilfiger, Margiela e entre outras, antes de entrar para o Euphoria, depois da estreia continuou o seu trabalho e desfilou para a Mugler. Além disso, tornou-se embaixadora da Shiseido e da Prada, na qual também desfilou. Por fim, atendeu ao MET GALA de 2021. A campanha de Primavera 2022 que a atriz fez para a Prada gerou um lucro de 3.4 milhões de dólares para a marca (BUSINESS of fashion, 2022).

Figura 85: Momentos de moda da Hunter Schafer



Fonte: Autoral, 2023.

A Alexa Demie, atriz que interpreta a personagem Maddy, logo após a série estreiar, fez parte de uma campanha e coleção com a marca de maquiagem MAC em 2020 (PITCHER, 2020). A atriz também estrelou a campanha de Outono/Inverno em 2022, para a Balenciaga, além de ocupar a primeira fileira no desfile da coleção (L’OFFICIEL, 2022).

Figura 86: Campanha da Balenciaga Outono/Inverno 2022 da Balenciaga estrelado pela Alexa Demie



Fonte: Autoral, 2023.

Sydney Sweeney (Cassie), ganhou muito prestígio a partir do *Euphoria* por causa da sua interpretação, em 2022, foi indicada ao Prêmio de Melhor Atriz Coadjuvante em Série Dramática, no Emmy. Foi convidada para o MET GALA, em 2022 e 2023. Além disso, participou de diversos eventos de moda como o desfile da Balmain, na Paris Fashion Week em 2020, a festa da Vanity Fair no Oscar (2022), por exemplo (JACKSON, 2023). Modelou campanhas para a marca Savage x Fenty, desde de 2020 (RIDDELL, 2020).

Figura 87: Momentos de moda da Sydney Sweeney



Fonte: Compilado pela autora, 2023.

O ator Angus Cloud, que interpreta o personagem Fezco, tornou-se embaixador da Polo Ralph Lauren em 2022, além disso, já era uma marca na qual o ator se identificava, tinha até uma coleção de mais de 200 camisas polo da marca (HECHING, 2022). O ator compareceu a grandes desfiles de moda, das marcas: Polo Ralph Lauren, Thom Browne, Ralph Lauren, Fila, Amiri e Alexandre Mattiussi (ROLLING stone, 2023). O ator também compareceu ao desfile da Coach na *New York Fashion Week*, no qual gerou um lucro de 914 mil dólares para a marca (BUSINESS of fashion, 2022).

Figura 88: Momentos de moda de Angus Cloud



Fonte: Compilado pela autora, 2023.

A atriz Maude Apatow na qual interpreta a Lexi após o grande destaque da sua personagem na segunda temporada, foi convidada para desfiles como o da Thom Browne em 2022 que foi junta de seu colega de trabalho Angus Cloud (W staff, 2022). Assim como compareceu ao Met Gala de 2022 e 2023, sendo embaixadora da Armani e Cartier.

Figura 89: Momentos de moda da Maude Apatow



Fonte: Compilado pela autora, 2023.

A série *Euphoria* (2019-) foi o primeiro trabalho de atriz da Chloe Cherry (Faye), apesar do seu papel ser secundário, a atriz ganhou muito destaque no mundo da moda, trabalhando com marcas como: Maryam Nassir Zadeh, Versace, Chet Lo e desfilou para a Blumarine e GCDS na semana de moda de Milão em 2021 (SANTENSTEIN, 2022).

Figura 90: Momentos de moda da Chloe Cherry



Fonte: Compilado criado pela autora, 2023.

Figura 91: Gráfico do *Business of Fashion*

Por fim, o ator que interpreta o McKay não teve muito destaque na área da moda, compareceu a um desfile da Prada em 2019, após a estreia da série, porém, por causa do fim do ciclo do personagem no começo da segunda temporada não fez nenhum trabalho na área. Assim como Dominic Fike, que foi convidado para alguns desfiles mas focou mais no seu trabalho como cantor, participando de festivais. Portanto, a partir desta análise da série e dos atores é possível compreender como a série abalou o universo da moda de forma positiva. A revista *Business of Fashion* criou o gráfico a seguir no qual, explica visualmente o impacto dos atores nas marcas em que trabalham.

Brands Buy In

Euphoria's stars wield influence over a collective 180 million Instagram followers and as ambassadors for brands like Valentino, Prada and YSL Beauty.



Source: Instagram gEuphoria

BOF

27: Legenda do gráfico traduzida: “ As estrelas do *Euphoria* são uma grande influência e coletaram 180 milhões de seguidores no Instagram e se tornaram embaixadores de marcas como a Valentino, Prada e YSL Beauty” (tradução nossa)

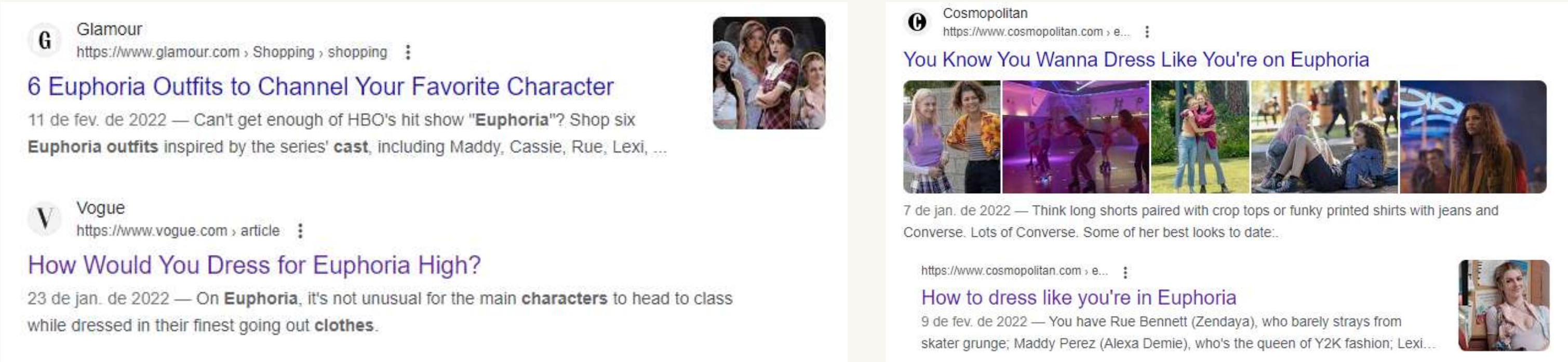
Fonte: *Business of Fashion*, 2022. (27)

2.7 A influência da série na moda

De acordo com a figurinista da série, em uma entrevista para a Harper 's Bazaar do Reino Unido, ela diz que no seu ponto de vista a TV está influenciando muito o universo da moda. Para ela começou antes da pandemia com o aumento de criação de conteúdo e novos figurinistas, tendo um papel maior em criar tendências. Além disso, há mais diversidade, mais diferentes tipos de histórias para contar (DE KLERK, 2022).

A partir dessa declaração da Heidi Bivens, a série *Euphoria* trouxe diferentes narrativas e diversidades na produção, causando uma identificação da audiência com os personagens. Há diversos artigos de grandes empresas, onde eles explicam como se vestir igual a um personagem da série, qual marcas usar, estilo de roupa, maquiagem e entre outros. Algumas dessas empresas são a Vogue, Cosmopolitan e Glamour.

Figura 92: Print de pesquisas no Google sobre como se vestir igual no Euphoria



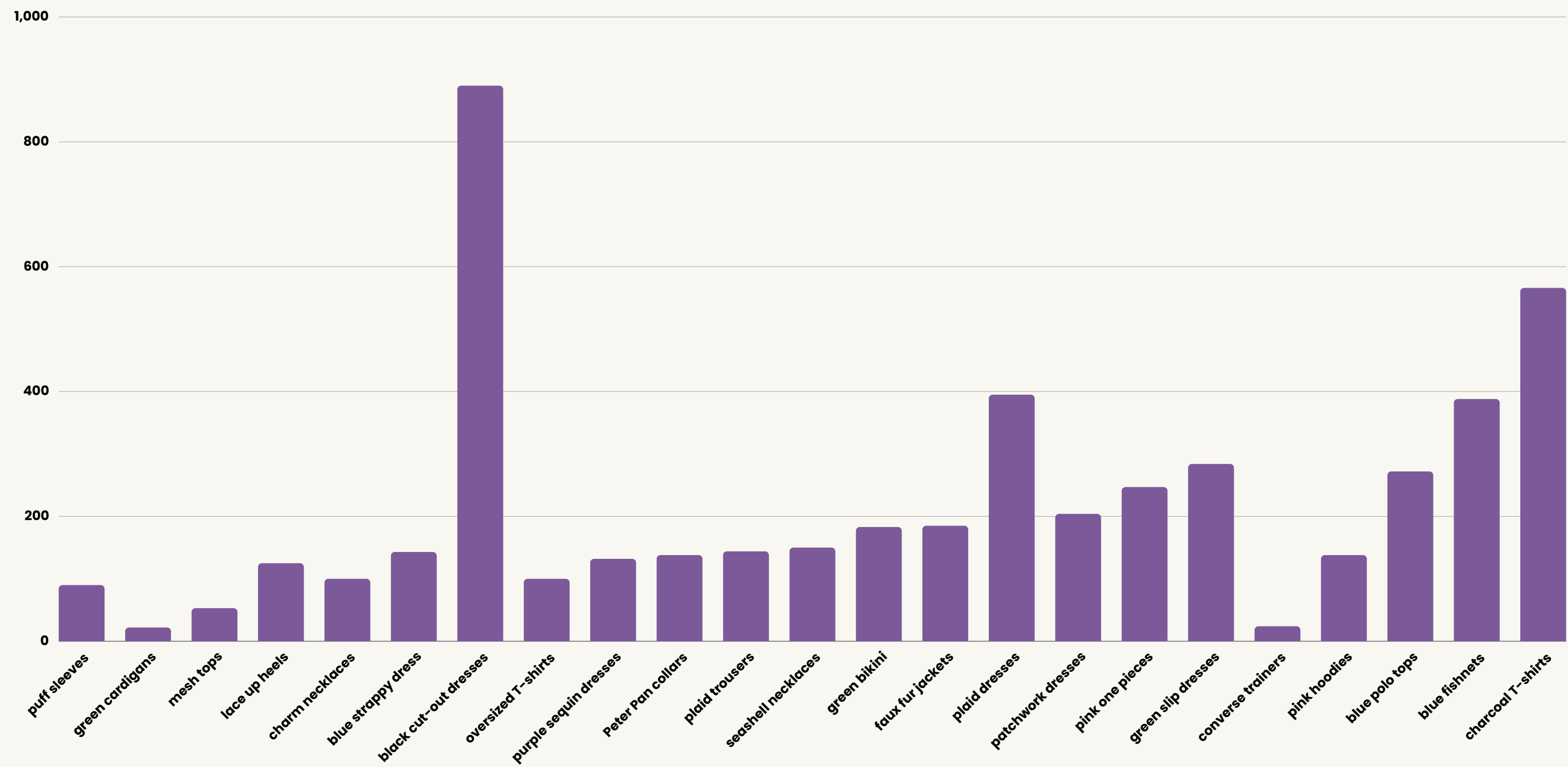
Fonte: Autoral, 2023.

Além disso, com o alcance e popularização do *Tik Tok*, criaram-se *hashtags* como por exemplo: *#euphoriaoutfits*, *#euphoriafashion* e *#euphoriastyle* onde o usuário se vestiria como um personagem da série. No qual geraram mais 150 milhões de visualizações e somente *#euphoria* tem mais de 65 bilhões de visualizações. Na plataforma há conteúdos diversos como, análise de paleta de cores do personagem, marcas que eles usam, teorias e entre outras.

A série conseguiu criar diversas tendências de moda e de maquiagem, em 2019, com a estreia da primeira temporada e em 2022, com a estreia da segunda temporada. Portanto, as tendências trazem peças mais específicas como: os vestidos *cut outs*, roupas xadrez que remetem a Miu Miu, o estilo Y2K e entre outras pois, diferente do estilo *euphoria*, essas tendências são mais passageiras.

O gráfico a seguir, corresponde ao número de porcentagem de pesquisas relacionadas a uma peça de roupa específica, depois da estreia da série. Por exemplo, depois da estreia do primeiro episódio da segunda temporada, *black cut-out dress*, aumentou 890%, em pesquisas na plataforma *Google*, de acordo com o *Love the Sales*, uma plataforma de análise, *e-commerce* e *marketplace*.

Gráfico 1: Aumento de pesquisas de peças específicas no Google após Euphoria.



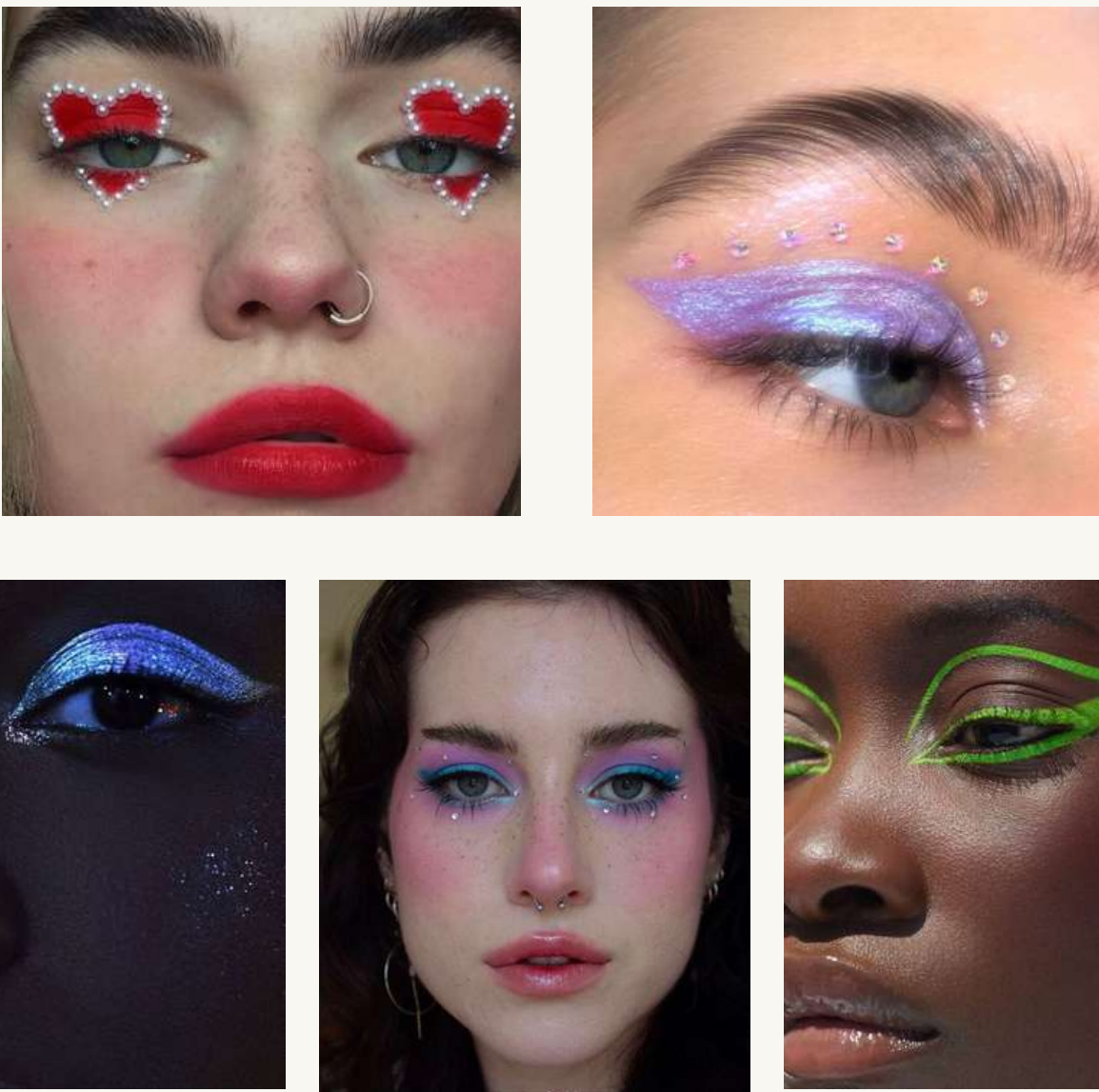
Fonte: Love The Sales, 2021

No ano de estreia da série em 2019, a maior tendência foram as maquiagens pois eram extremamente diferentes e ousadas, a partir disso vários criadores de conteúdo começaram a recriar ou se inspirar. Donni Davy criou uma estética, no qual traz um escape fantasioso, causando uma quebra na beleza convencional (VALENTI, 2019). A seguir segue um moodboard de maquiagens inspiracionais da série:

No âmbito da moda a segunda temporada veio com mais influência porém, a primeira teve o crescimento da marca I.AM.GIA e a grande procura do famoso conjunto roxo da personagem Maddy (Figura 62) e o estilo *Anime Punk*, da personagem Jules. Na segunda temporada lançada em 2022, o estilo Y2K (28), *cut outs* (29) e *preppy* causaram um impacto gigantesco, sendo categorizadas como tendências daquele ano. Além disso, o estilo *preppy* e o constante uso de peças da Miu Miu, na personagem Lexi, fez com que a marca crescesse e continuasse relevante aos olhos do público (HOWARTH, 2022). Por fim, a partir da análise da série, atores e as consequências que causaram na indústria na moda e na audiência, é possível compreender a necessidade de uma plataforma onde dados apresentados neste projeto possam ser divulgados e compartilhados para o público pois, causam curiosidade e inspira pessoas de todas as idades, no qual é objetivo principal da Heidi Bivens, que o público possa se inspirar na série.

Portanto, a influência que a série causou na indústria da moda foi grande. A partir disso, é possível entender que há uma demanda em entender o figurino pois, há procura em saber em que loja foi comprado, valor, o significado e entre outros. No próximo capítulo, será apresentado um modelo de negócios de um aplicativo que tem como objetivo: identificar e explicar a escolha do figurino, assim como, a sua importância para a indústria da moda.

Figura 93: Maquiagens inspiradas na série



Fonte: Autoral, 2023.

28: Y2K significa year 2000, traduzido do inglês, ano 2000, ou seja, o estilo de roupa dos anos 2000
29: *Cut Outs*, traduzido do inglês, significa recortes, ou seja, são peças de roupas que têm recortes na modelagem.

3. Análise de Benchmark para o aplicativo

3.1 Aplicativos concorrentes

Neste capítulo será possível entender a importância do estudo do Benchmarking, muito estudado pelo professor Philip Kotler, no qual é referência na área e a partir desta análise será possível entender o posicionamento do aplicativo criado pela autora.

Segundo Philip Kotler (1994), *benchmarking* é uma forma de pesquisar empresas de referência, na qual é analisada a qualidade e desempenho, tendo como propósito imitar ou melhorar os melhores desempenhos das outras empresas. Essa pesquisa tem como objetivo, entender como funciona uma empresa concorrente, podendo detectar falhas e/ou pontos positivos.

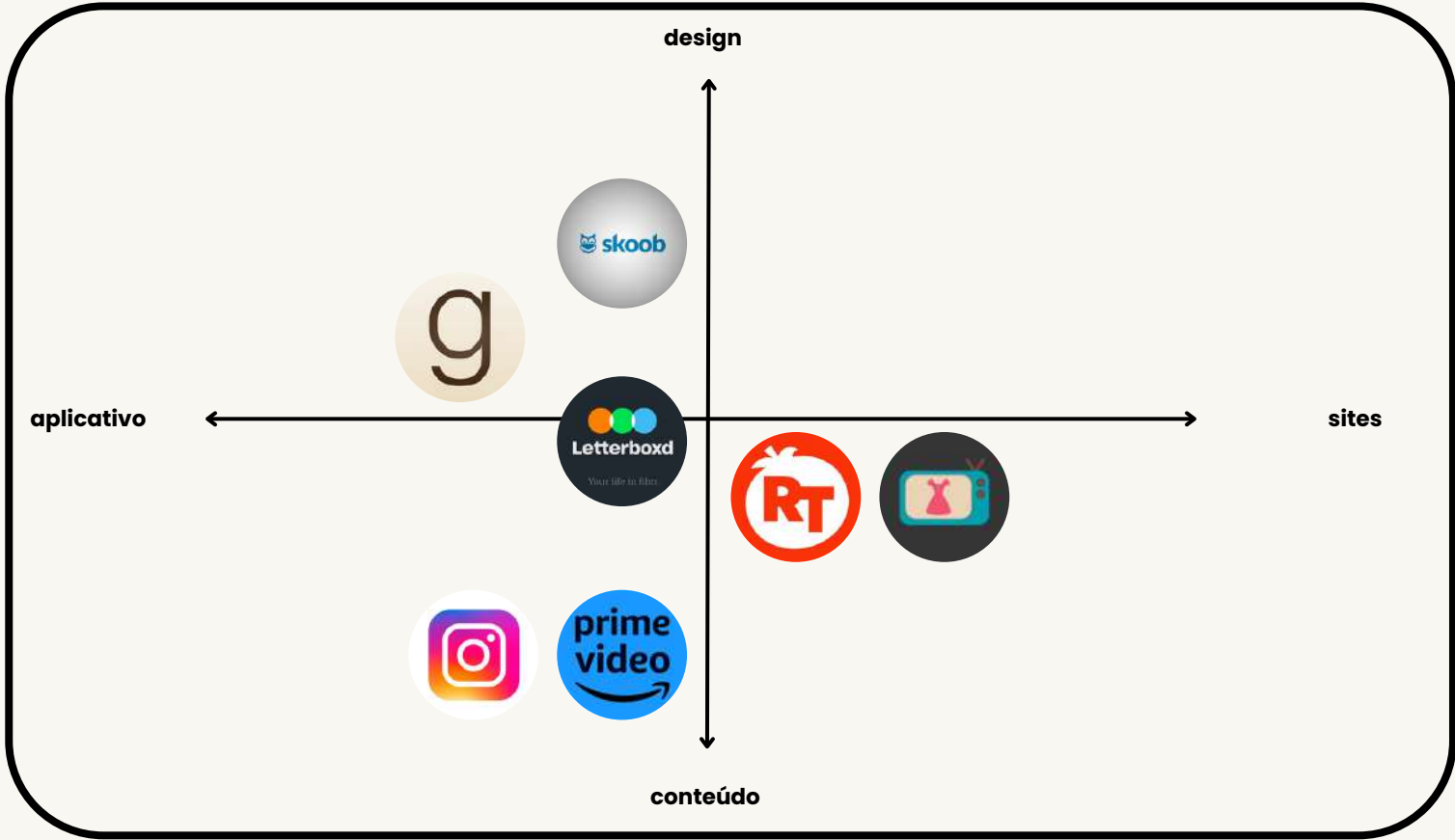
A partir de uma análise de Benchmark, de plataformas de conteúdos similares e/ou inspiracionais, será possível compreender o posicionamento, processo criativo do aplicativo e a experiência do usuário. Além disso, foi enviado um formulário, uma pesquisa para um grupo em sua maioria de jovens adultos, majoritariamente mulheres, criado no *Google Forms*, onde havia perguntas sobre figurino, tendências de moda criadas por filmes e/ou séries e se usariam um aplicativo sobre esse tipo de conteúdo e teve uma resposta majoritariamente positiva para o público geral e 100% positiva para as mulheres.

As plataformas *Skoob*, *Letterboxd*, *Goodreads*, *Rotten Tomatoes*, *Amazon Prime Video*, *Instagram* e o *Worn on TV* foram inspirações para a criação e do aplicativo final desse projeto. Principalmente o aplicativo *Letterboxd*, no qual é uma plataforma onde usuários podem dar notas e escrever as suas próprias críticas de filmes e minisséries. O *Goodreads* e o *Skoob* tem a mesma proposta, porém, é voltado aos livros. No caso do *Rotten Tomatoes*, há uma crítica profissional, porém a opinião do público também é válida para a pontuação.

A plataforma de *streaming*, *Amazon Prime Video*, também é uma fonte de inspiração pois, quando o usuário está assistindo um filme ou uma série e pausa a tela, a própria *Amazon Prime* dar informações mais específicas como: os nomes dos atores e personagens que estão aparecendo no momento e a música, caso esteja tocando. Por último, o site *Worn on TV* fornece informações, como: preço e local de compra de peças de roupa utilizadas em programas de televisão, filmes e séries

Na matriz de posicionamento criada é possível identificar 4 áreas: design, que se refere a estética e funcionalidade da plataforma; aplicativo e sites no qual se referem as plataformas apresentadas que tem esse formato; conteúdo no qual se refere ao tipo de conteúdo que aquela plataforma compartilha e que pode ser utilizada no aplicativo criado pela autora.

Gráfico 2: Matriz de posicionamento



Fonte: Autoral, 2023.

A seguir, seguem imagens dos aplicativos *Letterboxd*, *Goodreads*, *Skoob* e *Amazon Prime Video*, respectivamente pois, foram as maiores fontes de inspiração para o *design* e *funcionalidade* do aplicativo da autora, no qual serão pontuados com setas e legendas indicadoras:

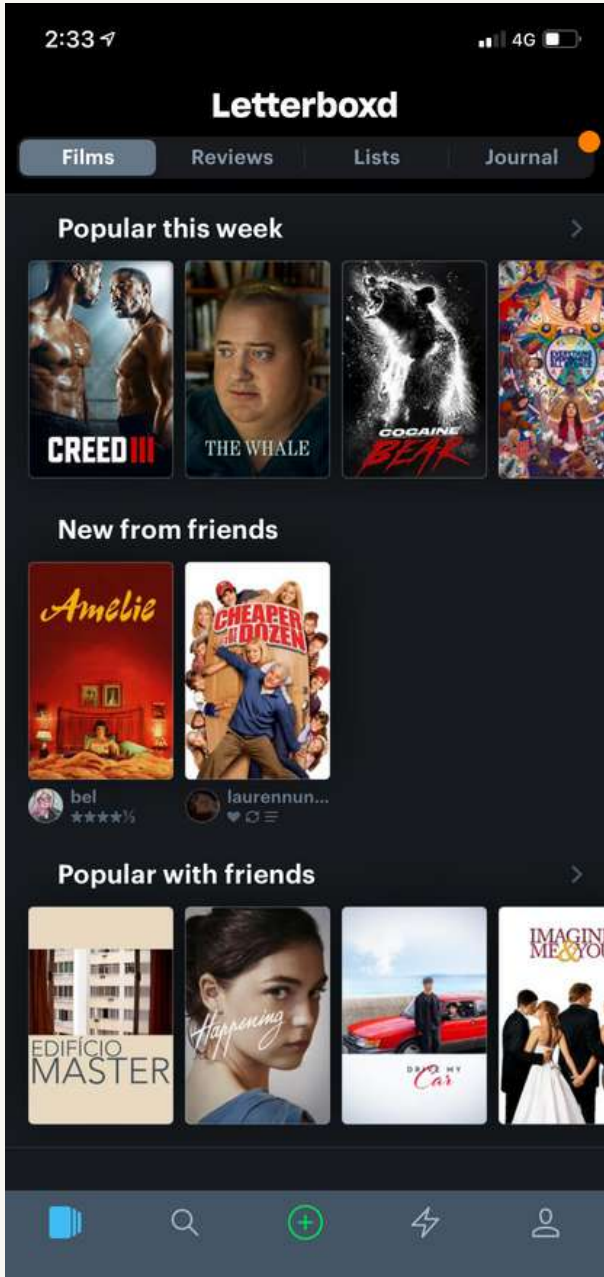
• Letterboxd

divisão dos favoritos e o histórico do usuário

sinopse do filme

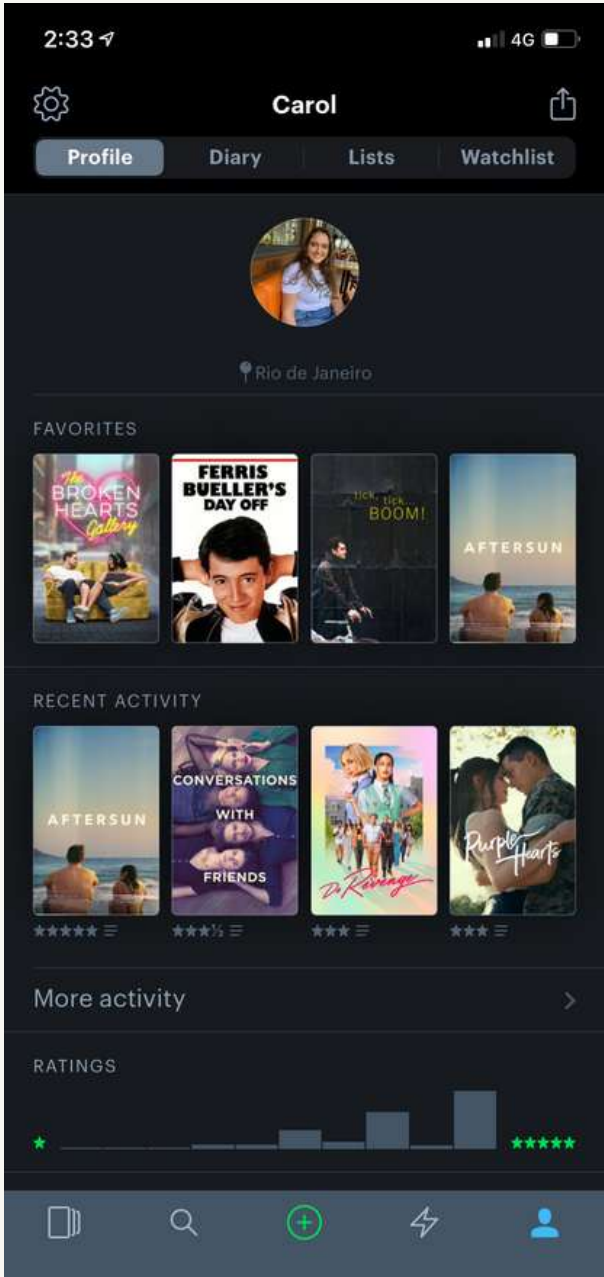
nota por meio de estrelas

Figura 94: Letterboxd

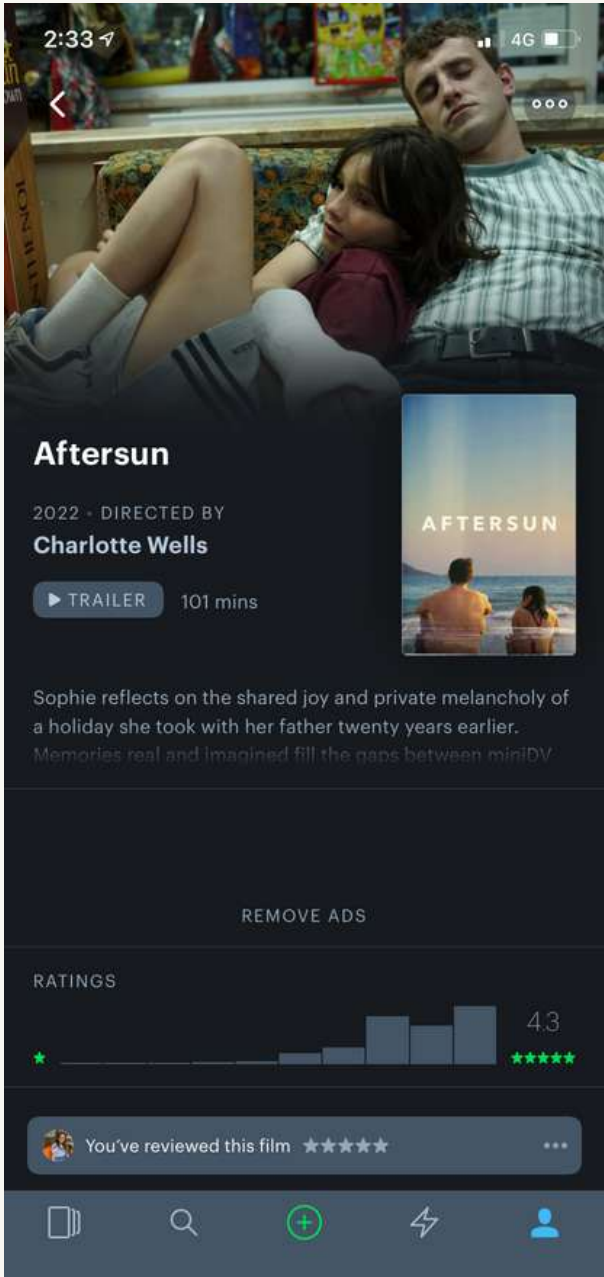


página principal

disposição dos filmes em categorias e os cantos arredondados das imagens

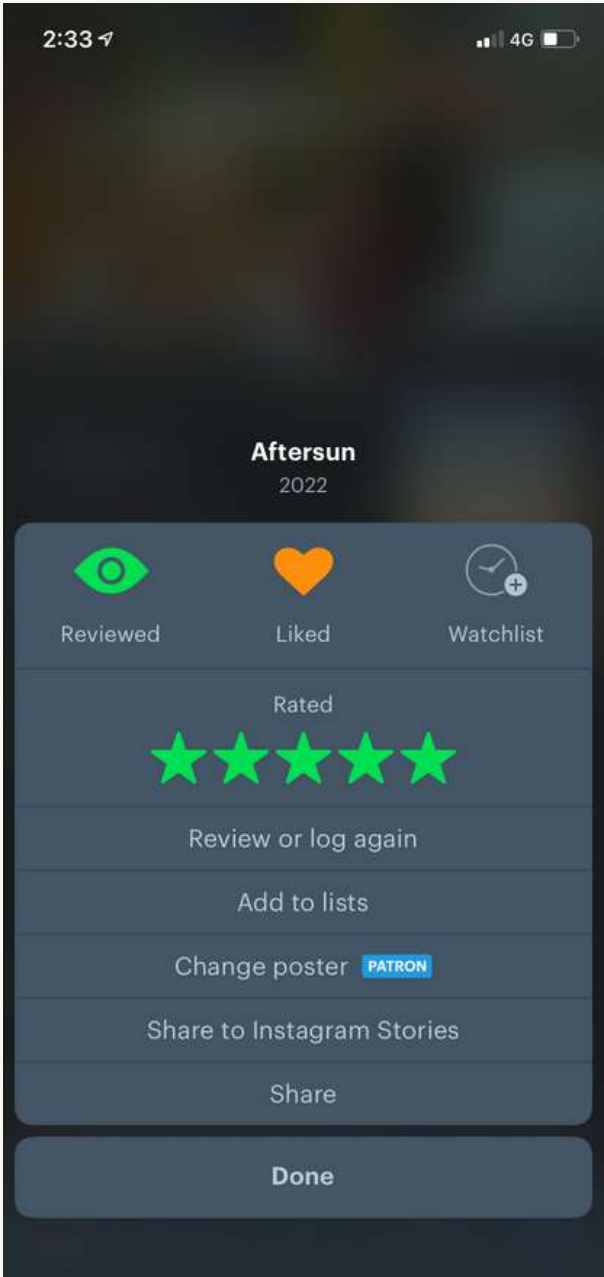


página do perfil do usuário

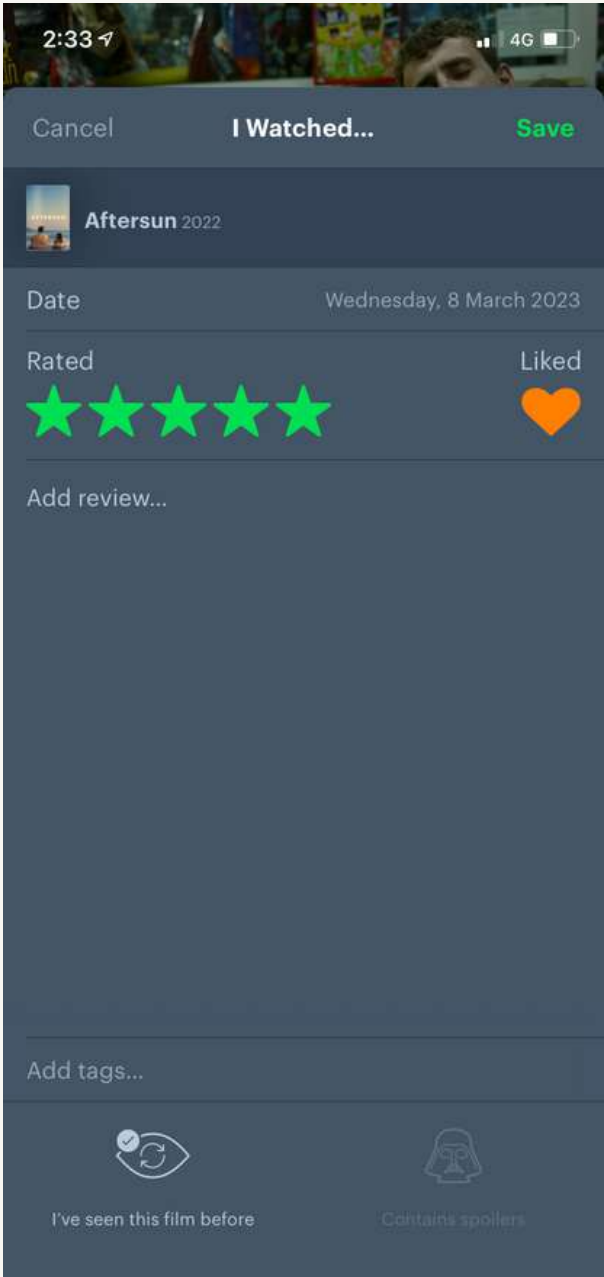


página principal do filme

Fonte: Autoral, 2023.



página no qual o usuário pode avaliar o filme (visto, estrelas, adicionar em lista, compartilhar)



página para avaliar o filme

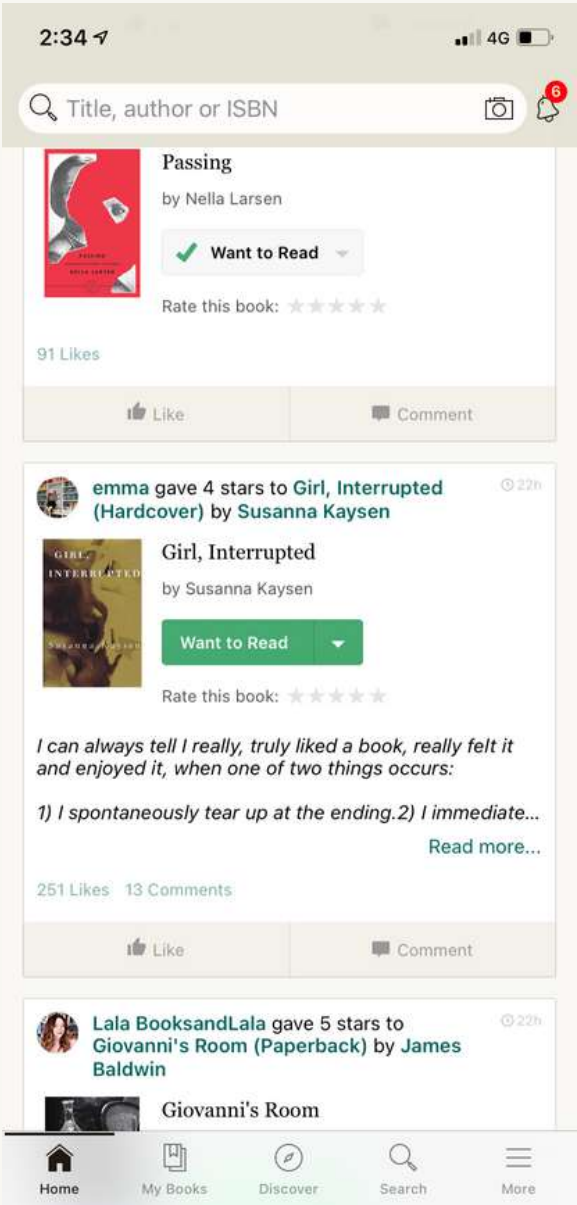
escrever a sua resenha

- Goodreads:

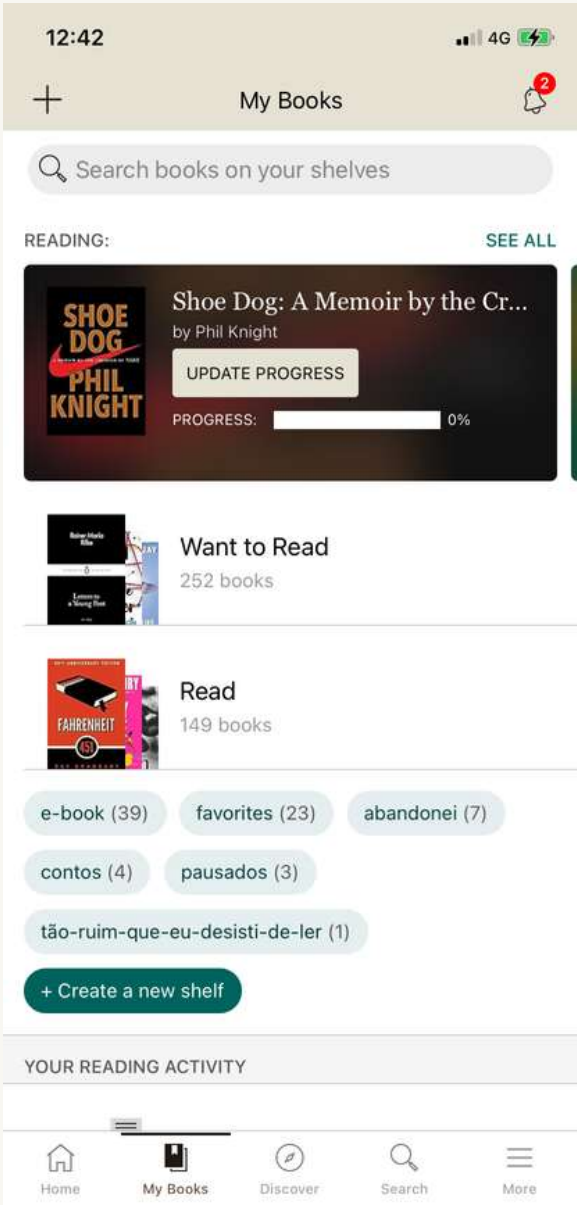
→ nota por meio de estrelas

→ poder visualizar o que os outros usuários comentaram

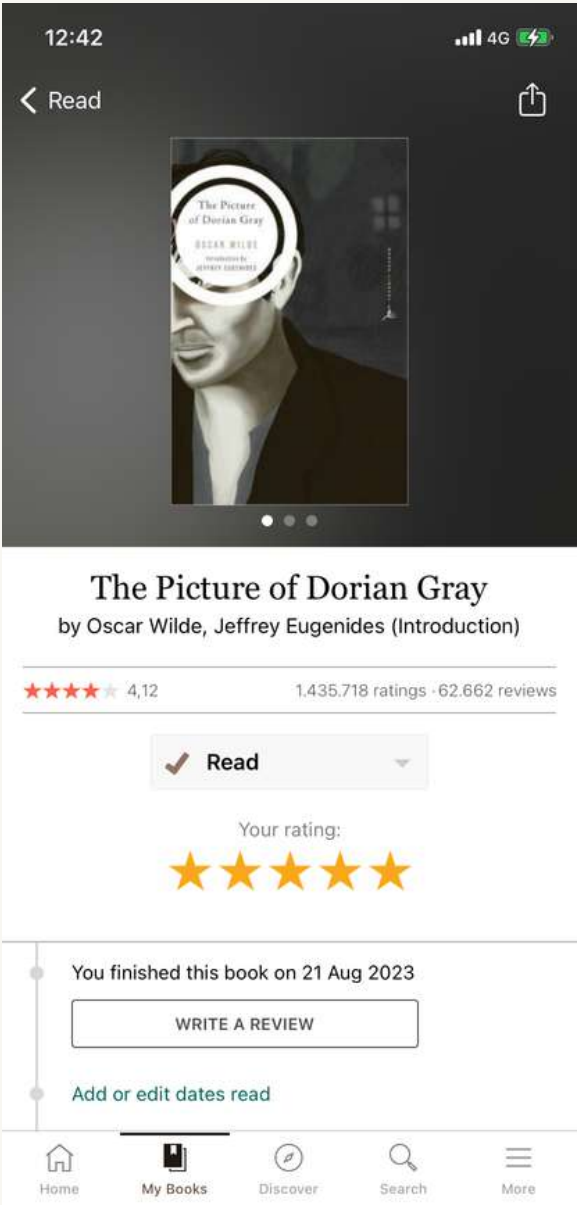
Figura 95: Goodreads



página principal



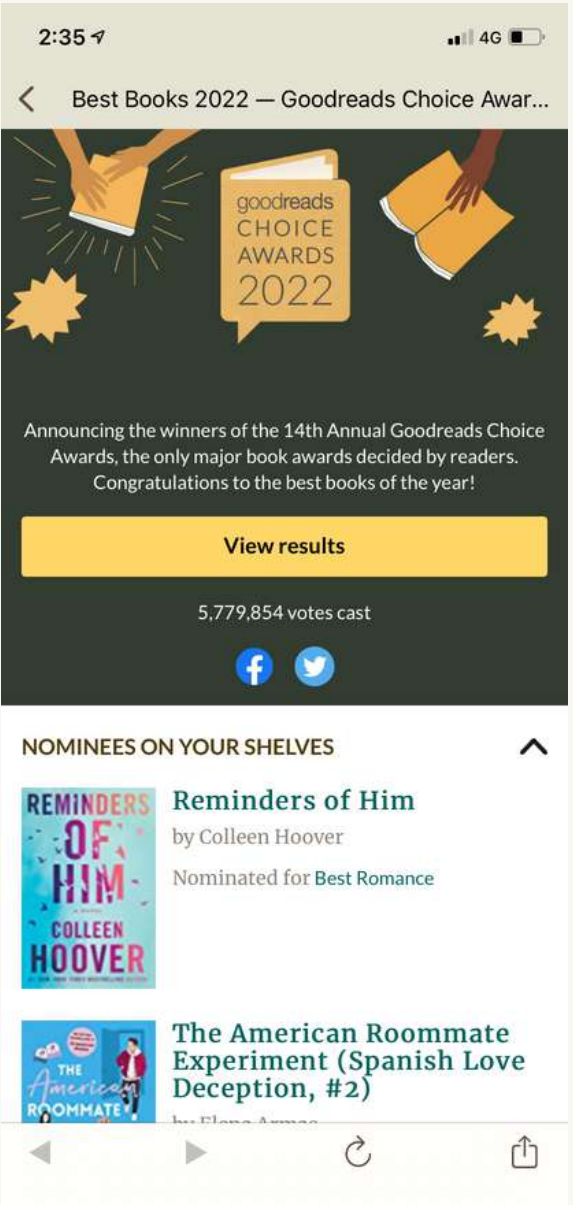
página do usuário com listas e atualizações



página principal do livro



comentários de outros usuários sobre o livro



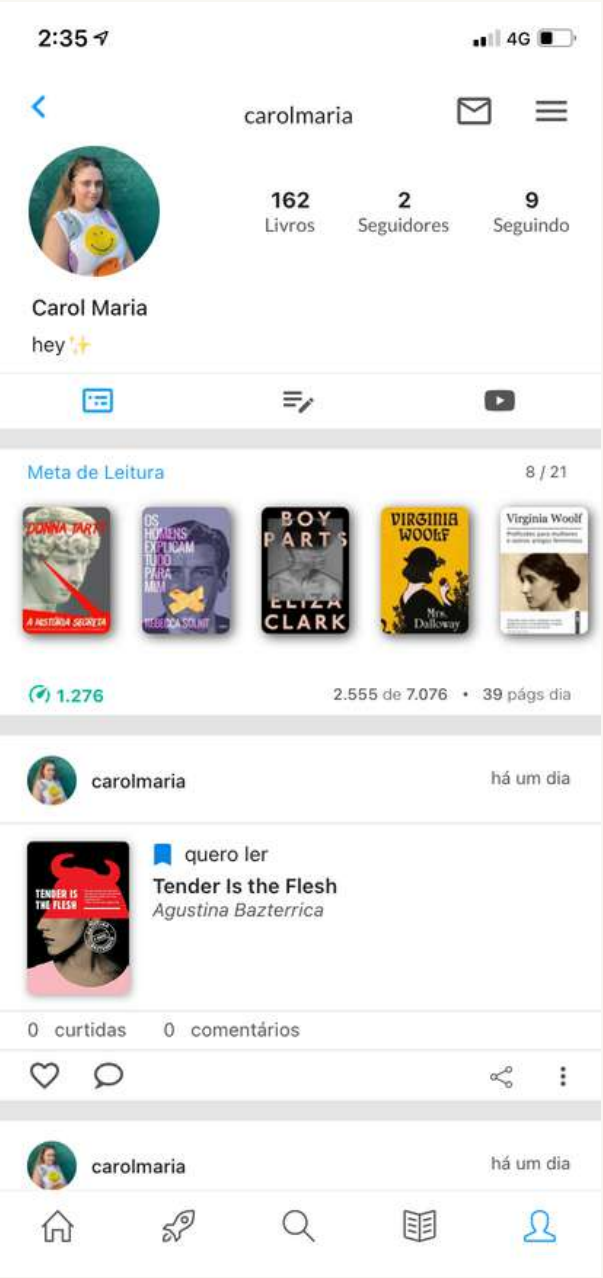
página de melhores do ano

Fonte: Autoral, 2023.

• Skoob:



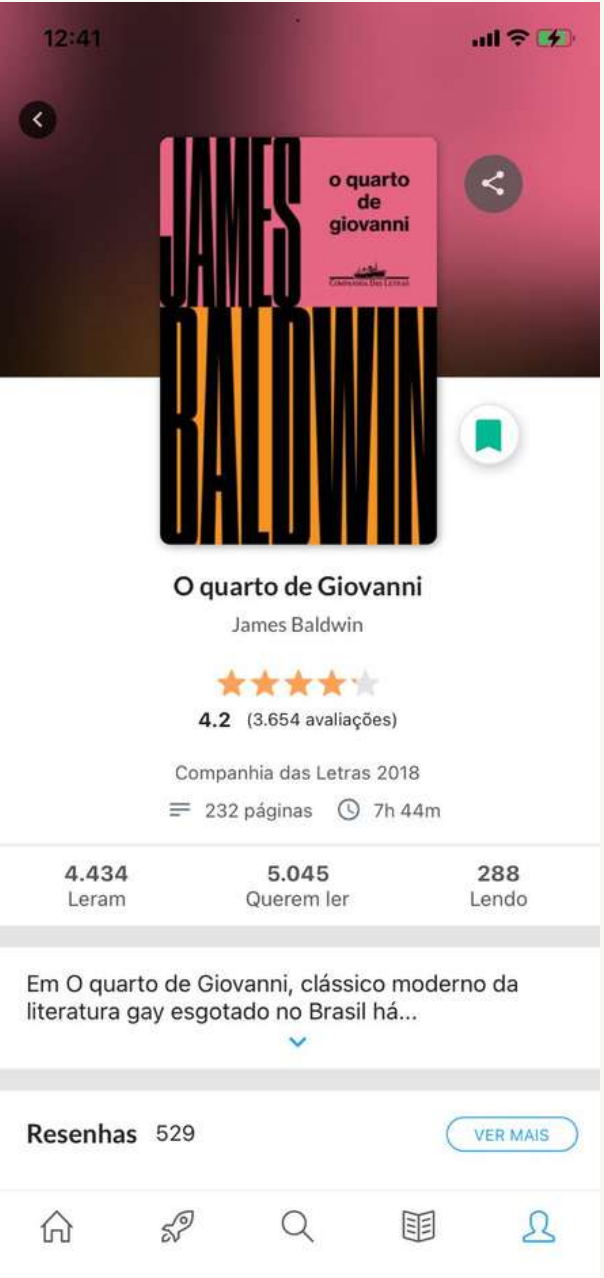
página principal



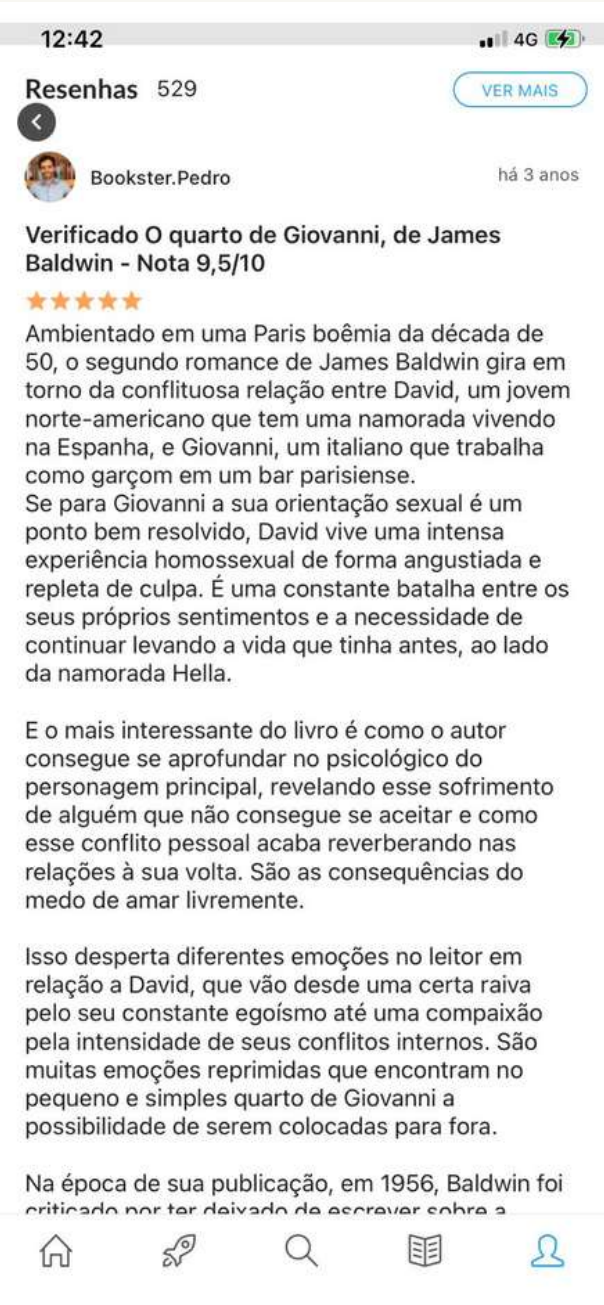
página do perfil do usuário



página de livros lidos pelo usuário



página principal do livro



comentários de outros usuários sobre o livro

disposição dos livros e o formato arredondado

Figura 96: Skoob

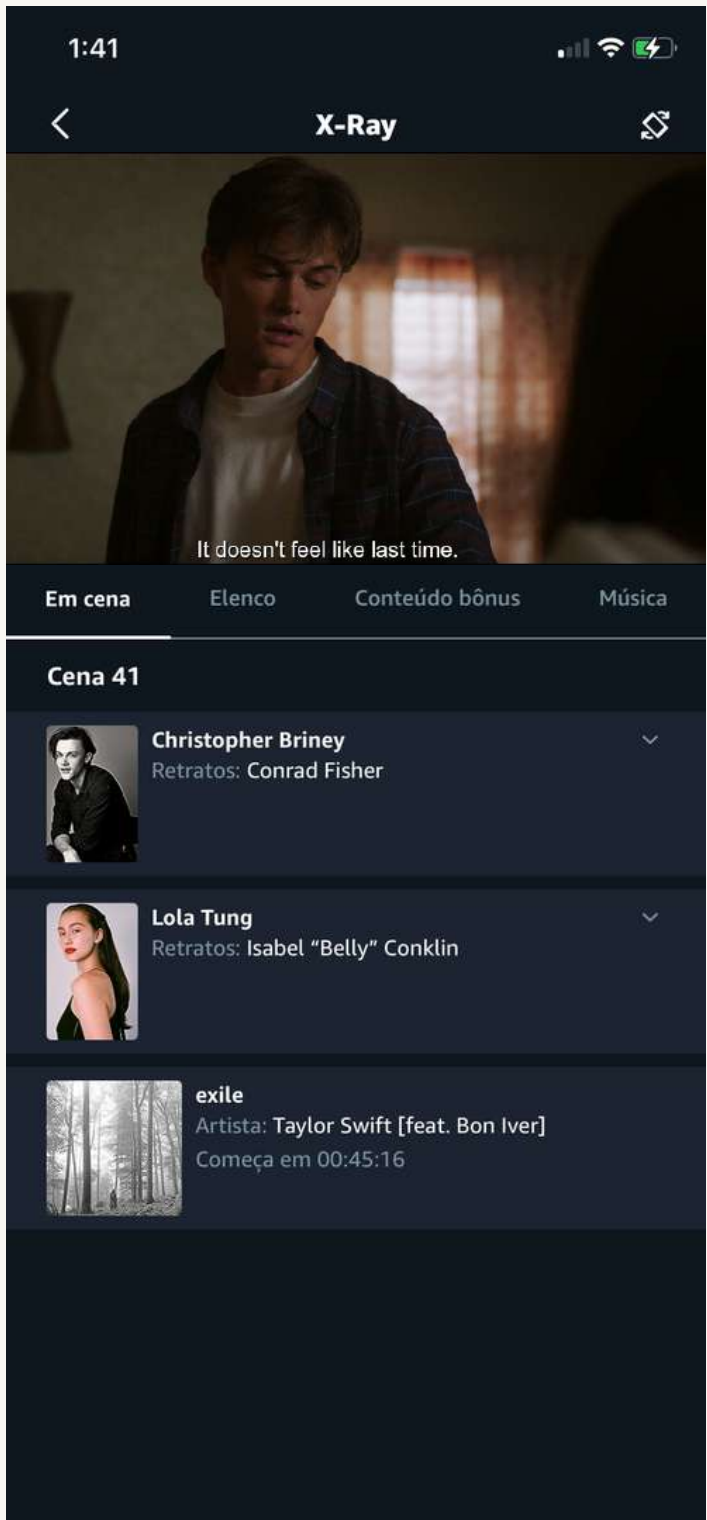
nota por meio de estrelas

poder visualizar o que os outros usuários comentaram

3.2 Outros meios de pesquisa de figurino

- Amazon Prime Video:

Figura 97: X-Ray da série *The Summer I Turned Pretty* (2022–)



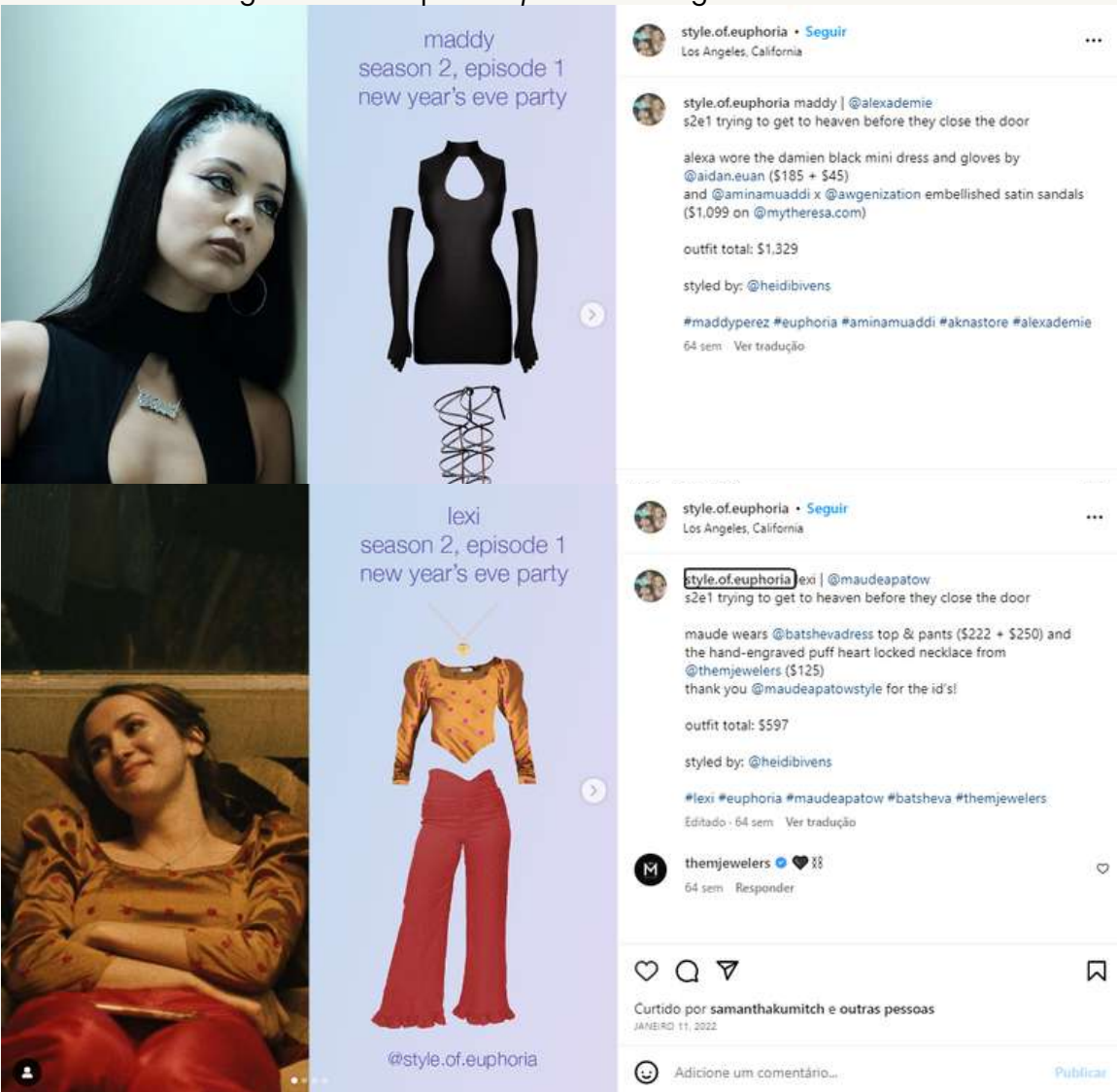
Fonte: Autoral, 2023. (30)

30: Nesta imagem, mostra a cena da série *The Summer I Turned Pretty* (2022 –), na cena aparece dois atores: o Christopher Briney e a Lola Tung; também tem uma trilha sonora de fundo, a música é: *Exile* (feat: Bon Iver), do álbum *Folklore* (2020) da Taylor Swift.

Os únicos meios onde a audiência obtém informações sobre o figurino é quando o figurinista participa de uma entrevista, onde o profissional pode falar sobre o processo criativo, marcas, inspirações para os personagens, conversas entre ator, diretor e figurinistas. Porém, essas entrevistas com mais visualização só acontecem para produções cinematográficas grandes, como as citadas neste projeto.

Os perfis “closet” do Instagram, são criados por fãs, no qual são atualizados com informações do vestuário utilizados na produção cinematográfica porém, normalmente demanda uma grande pesquisa, causando um “atraso” na informação. Nesses perfis são apenas compartilhados: o preço e a loja.

Figura 98: Exemplos de post de Instagram’s “closets”



Fonte: Autoral, 2023

No próximo capítulo, será focado no modelo de negócios do aplicativo. Será abordado, o público alvo e persona, comunicação com o cliente, além de visualizar o *design* e entender a funcionalidade do aplicativo.

4. O aplicativo

Neste capítulo será apresentado o direcionamento do público, quem são os possíveis usuários do aplicativo, ou seja, foram criados o público alvo e a persona. A partir disso, um modelo de negócios para o aplicativo foi criado com o intuito de compreender os seus meios de comunicação e necessidades na indústria.

4.1 Público-alvo e persona

De acordo com Philip Kotler (2000), a definição do público-alvo é essencial, pois através dele é possível influenciar consumidores, gerar conteúdos, campanhas e meios de comunicação específicos para a melhor performance da empresa.

O público alvo para o aplicativo, seriam 3 grupos diferentes mas que em comum são as mulheres. O primeiro público seriam estudantes e profissionais da indústria da moda, no qual poderiam usar a plataforma como banco de dados e pesquisa, o segundo público seriam mulheres jovens, no qual se tornaram usuárias do aplicativo pois, são fãs de uma determinada produção cinematográfica e querem mais informações sobre o figurino, podendo conter “mensagens secretas” e o último público seriam, mulheres que trabalham como influenciadoras digitais e querem saber das tendências de moda. Por fim, de uma forma geral, o público alvo para o aplicativo seriam mulheres jovens, entre 15 e 28 anos. Segue o *moodboard* inspiracional desse público.

Figura 99: Público-alvo



Fonte: Moodboard criado pela autora, 2023.

A partir da análise do público alvo, a criação de uma persona foi criada. A persona, é a Beatriz, uma mulher de 18 anos, que está começando o curso de publicidade e propaganda em uma faculdade particular, ela mora na Zona Sul do Rio de Janeiro e quando criança assistia muitos filmes e séries do *Disney Channel* como: *High School Musical* (2006-2008), *Hannah Montana* (2006-2011) e *Feiticeiros de Waverly Place* (2007-2012). Agora com 18 anos, seus filmes e séries favoritos são: *Euphoria* (2019-), *Lady Bird* (2017), *The Summer I Turned Pretty* (2021-) e *Aftersun* (2022). Ela mora com os seus pais e seu irmão mais velho. Ela gosta de sair para ir ao cinema e a restaurantes com as suas amigas. Ela gosta muito de ler e tem o seu próprio clube de leitura, seus autores favoritos são: Taylor Jenkins Reid, Carla Madeira, Emily Henry e Sally Rooney. Quando sua cantora favorita começa um novo álbum, espera ansiosamente pela turnê.

Figura 100: Persona



Fonte: Autoral, 2023.

4.2 Modelo de negócios

Por fim, é possível compreender a demanda de informações e conteúdos voltados para o figurino, desde vídeos curtos no *TikTok*, vídeos longos no *YouTube* de criadores de conteúdo e dos figurinistas das próprias produções cinematográficas até matérias da *Vogue*, sobre como se vestir igual ao seu personagem favorito. Consequentemente, um aplicativo que entregaria um conteúdo sobre onde comprar, preço, a conexão do *storytelling* com a roupa, paleta de cores e entre outros é necessário. Além disso, a pesquisa qualitativa/quantitativa feita no *Google Forms*, confirma que mais de 90% das mulheres que realizaram essa pesquisa usariam um aplicativo como esse.

A partir disso, para entender como seria esse empreendimento, foi criado um modelo de negócios, onde explica-se o que é, para quem e como fazer.

Tabela 1: Modelo de negócios do aplicativo



Fonte: Autoral, 2023.

Além disso, o aplicativo terá a proposta *freemium*, onde para ter mais conteúdos exclusivos e mais interações no aplicativo terá que assinar um plano mensal ou anual.

Tabela 2: Experiência do usuário no aplicativo

EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO	
FREE	PREMIUM
-criação da conta -dar nota aos looks de cada personagem (máximo: 15) -dar notar ao figurino geral do personagem -comentar nas publicações (máximo: 15) -acesso limitado aos artigos sobre o figurino (preço, marca, <i>storytelling...</i>)	-criação da conta -dar nota aos looks de cada personagem -dar nota ao figurino geral do personagem -comentar nas publicações -acesso completo aos artigos sobre figurinos (preço, marca, <i>storytelling...</i>) -acesso ao conteúdo exclusivo no Youtube -sem anúncios -alterar a capa dos filmes e séries (versões de designers gráficos independentes) -alterar fotos dos personagens

Fonte: Autoral, 2023.

Em relação a interação entre o usuário, o aplicativo terá perfis em outras redes sociais: no *YouTube*, *Instagram* e *TikTok* pois, no aplicativo não terá uma interação entre o “dono” e o “cliente”, por isso foi criado outros canais de comunicação mais eficazes e podendo alcançar outros públicos. A seguir há três tabelas explicando o tipo de conteúdo para cada rede social, nos exemplos, os conteúdos apresentados são de criadores de conteúdo que são referência na indústria da moda e/ou de comunicação. Porém, o aplicativo prototipado pela autora não divulgará conteúdos de outros criadores, são apenas exemplos.

Proposta – redes sociais

(comunicação com o cliente)

Youtube

Historiadora de moda analisa o figurino de The Crown	Fashion Historian Fact Checks The Crown's Wardrobes Glamour 1,4 mi de visualizações • há 2 anos Fashion historian Raissa Bretaña fact checks the historical accuracy of the costumes of the royal family in Netflix's The Crown. Legendas Intro Princess Elizabeths Wedding Dress Layer by Layer Look as the Queen Look... 8 capítulos ▼
A estética OLD MONEY	OLD MONEY: A ESTÉTICA QUE CONQUISTOU A GERAÇÃO Z. OS JOVENS ESTÃO OBCECADOS COM A "CARA DE RICA"? 151 mil visualizações • há 8 meses OLD MONEY, A ESTETICA QUE CONQUISTOU A GERAÇÃO Z. VOCE SABE QUE ESTETICA É ESSA? VOCE SABE O QUE ...
O aumento de ‘estéticas’ como: cottage girl, ballet core e brasil core	let's talk about the rise of ‘-core’ and ‘girl’ aesthetics 644 mil visualizações • há 3 semanas PRODUCTION written by Mina Le and Ella Gray edited by Charlee Reiff SOCIALS Instagram: http://instagram.com/gremlita ... Legendas intro defining "subcultures" early internet aesthetics death of the monoculture 'girl' intern... 6 capítulos ▼

- Vídeos exclusivos para usuários premium, tendo conteúdos como:
- análise histórica
 - tendências de moda do momento (podendo fazer correlação com filmes, séries e videoclipes)
 - explicar macrotendências, microtendências ...

Proposta – redes sociais

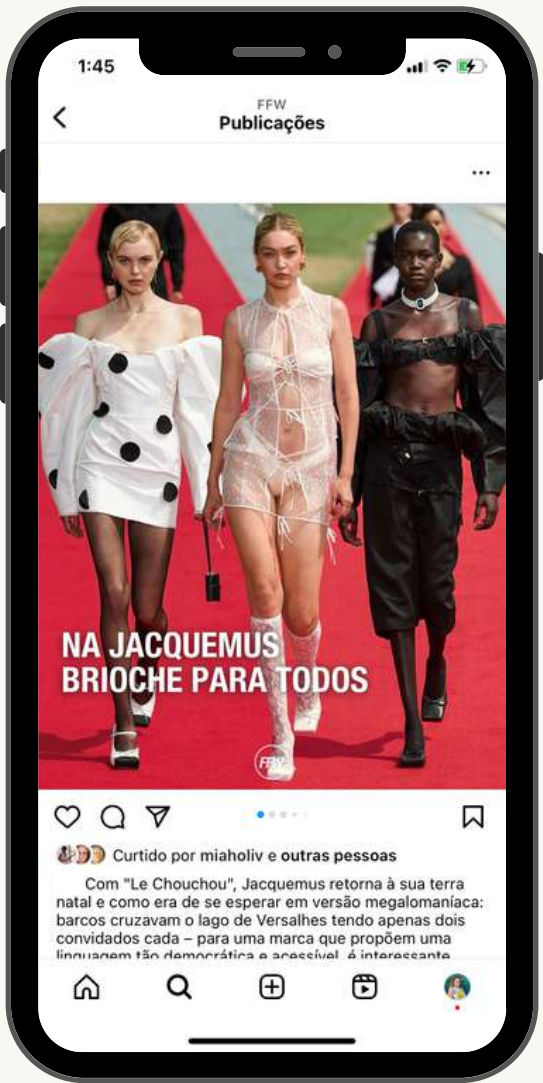
(comunicação com o cliente)

Instagram

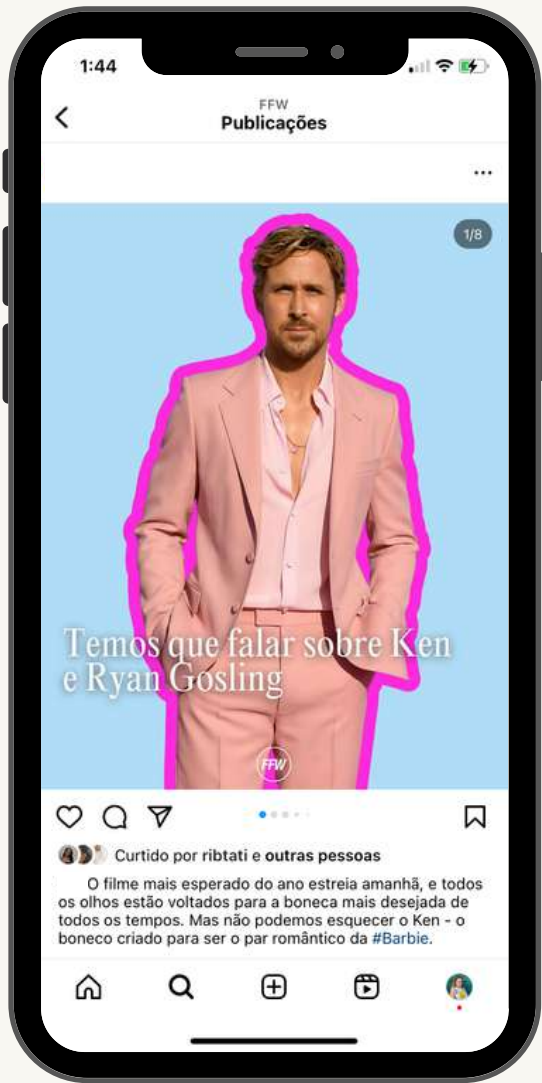
Nessa plataforma, a comunicação entre usuário e perfil é a mais próxima por causa dos comentários e a interação nos stories. Nas publicações o conteúdo seria de notícias de atores, filmes, séries, referências.



conteúdo sobre o streetstyle do Jeremy Allen White, protagonista de uma das séries de mais sucesso do momento



conteúdo sobre a coleção da Jacquemus inspirada na Maria Antonieta e a Lady Diana



conteúdo sobre o styling do Ryan Gosling para as premiêrs do filme da Barbie

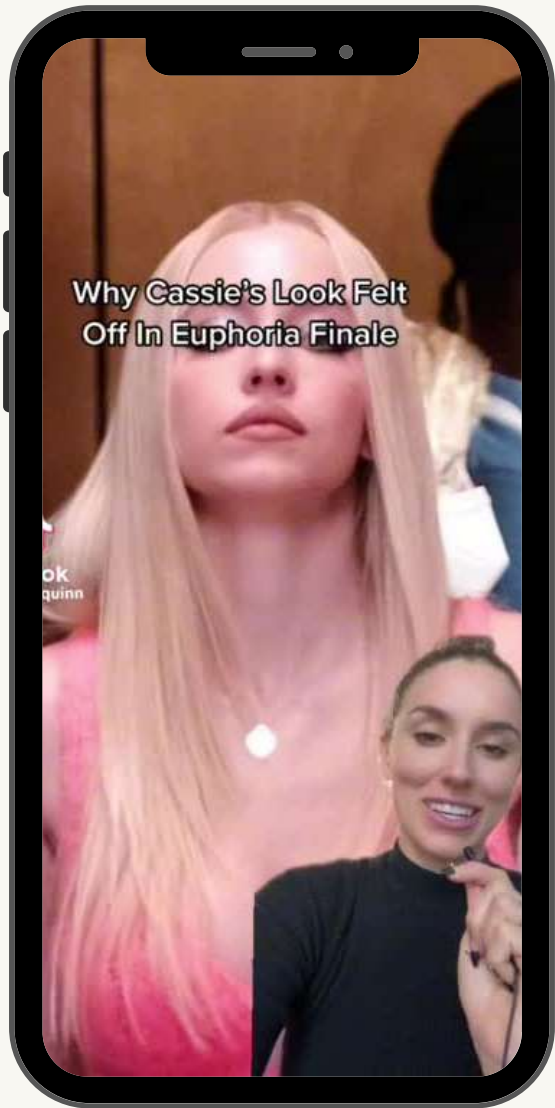


conteúdo sobre o novo stylist da Margot Robbie e os looks escolhidos para as premiêrs do filme da Barbie

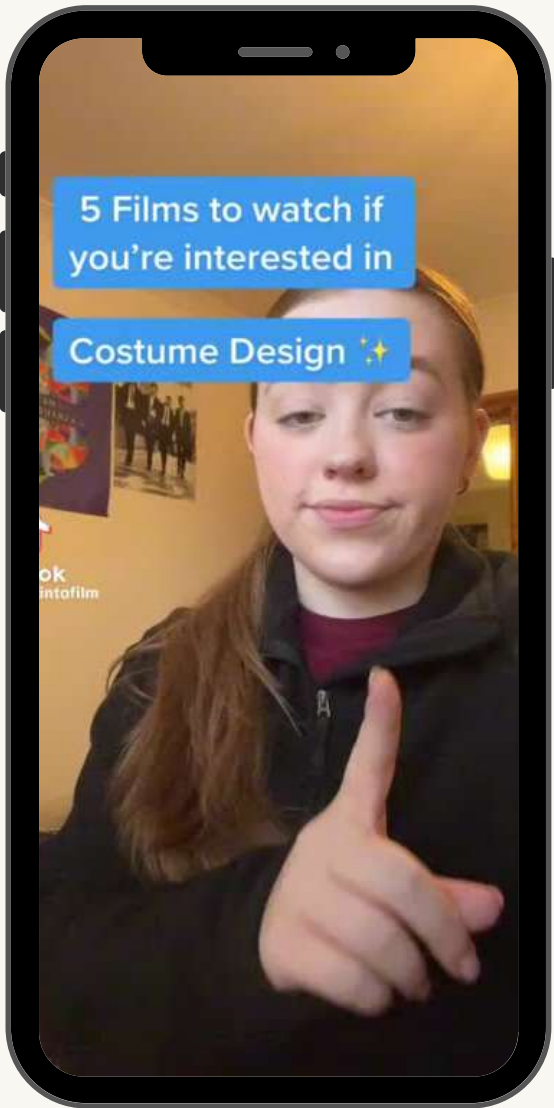
Proposta – redes sociais

(comunicação com o cliente)

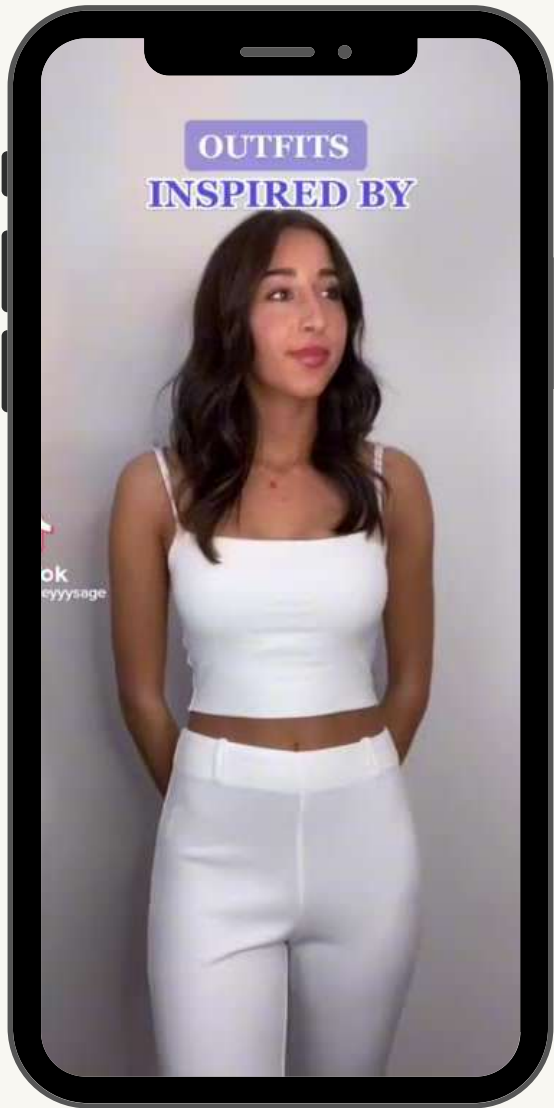
Tik Tok



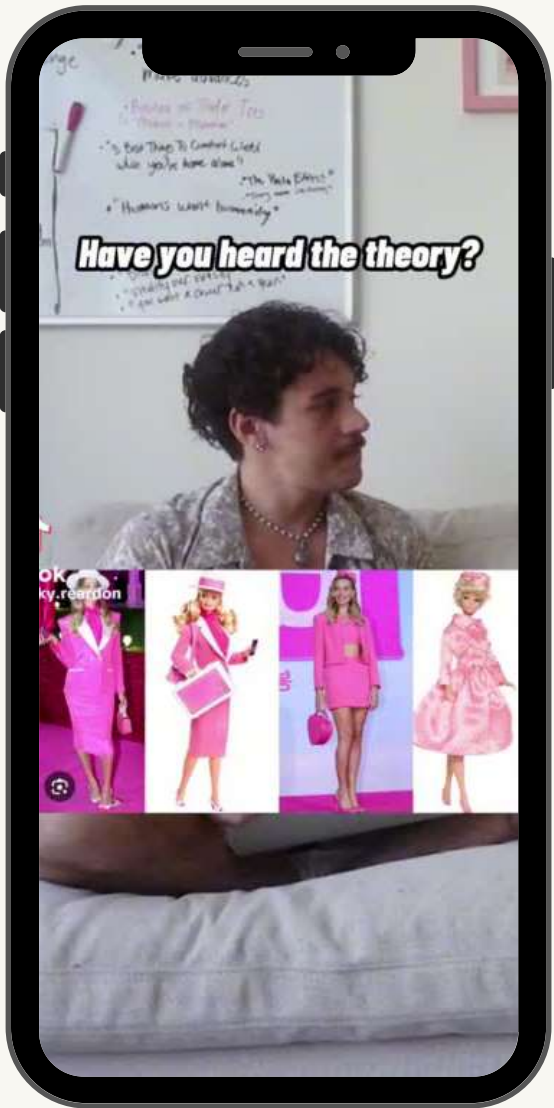
storytelling e personagem



dicas de filmes com figurinos muito bons



looks inspirados nos personagens da série/filme

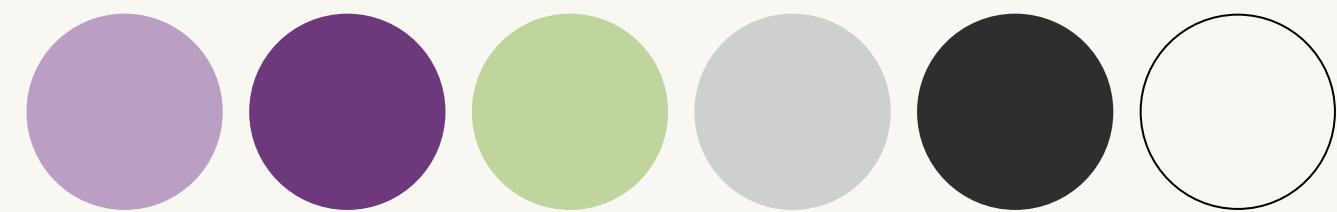


conteúdos mais teórico sobre como um figurino entra para a história e é reconhecido pela massa

4.3 O protótipo

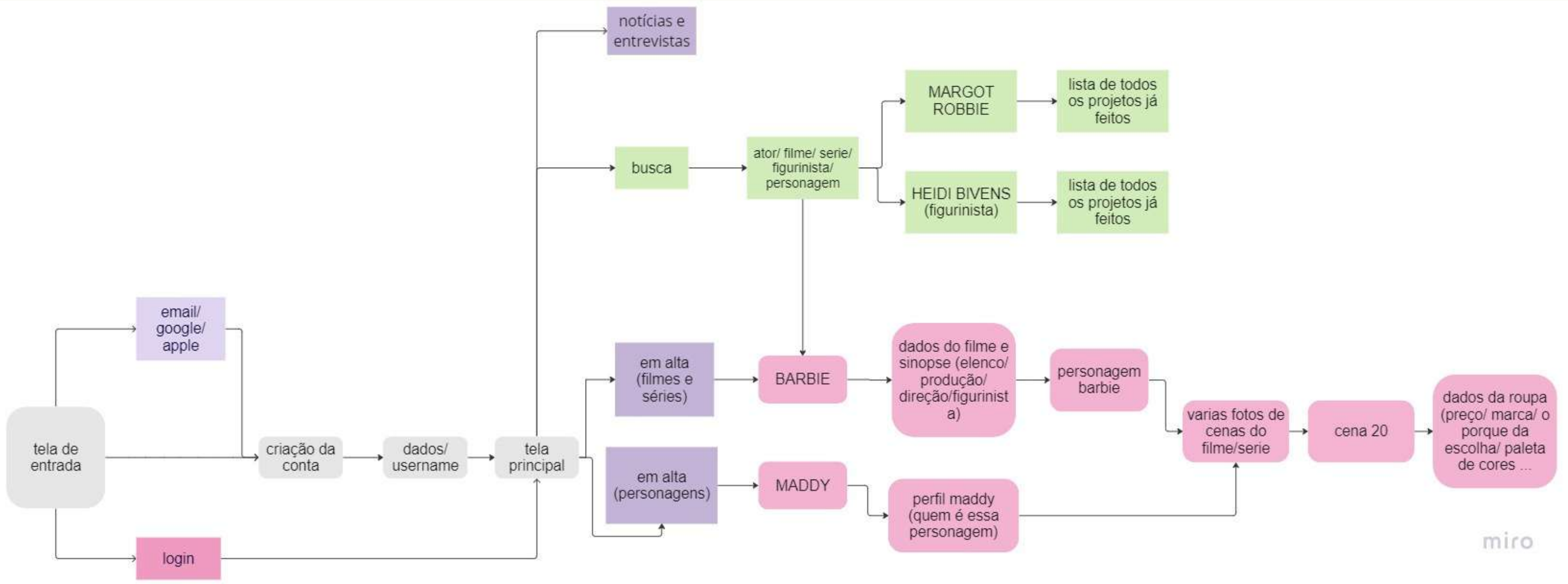
O protótipo do aplicativo foi feito na plataforma Figma, onde é possível compreender o passo-a-passo do usuário como, a criação da conta, opções *free* e *premium*, meios de pesquisa e interações com outros usuários. Abaixo há a paleta de cores e o fluxograma do aplicativo, respectivamente:

Ilustração 1: Paleta de cores do aplicativo



Fonte: Autoral, 2023.

Ilustração 2: Fluxograma do aplicativo



Fonte: Autoral, 2023.

A seguir, segue algumas imagens do protótipo do aplicativo para a melhor compreensão do design e proposta do projeto. Porém, com o link abaixo será possível visualiza-lo por completo na plataforma Figma.

[Aplicativo \(Figma\)](#).

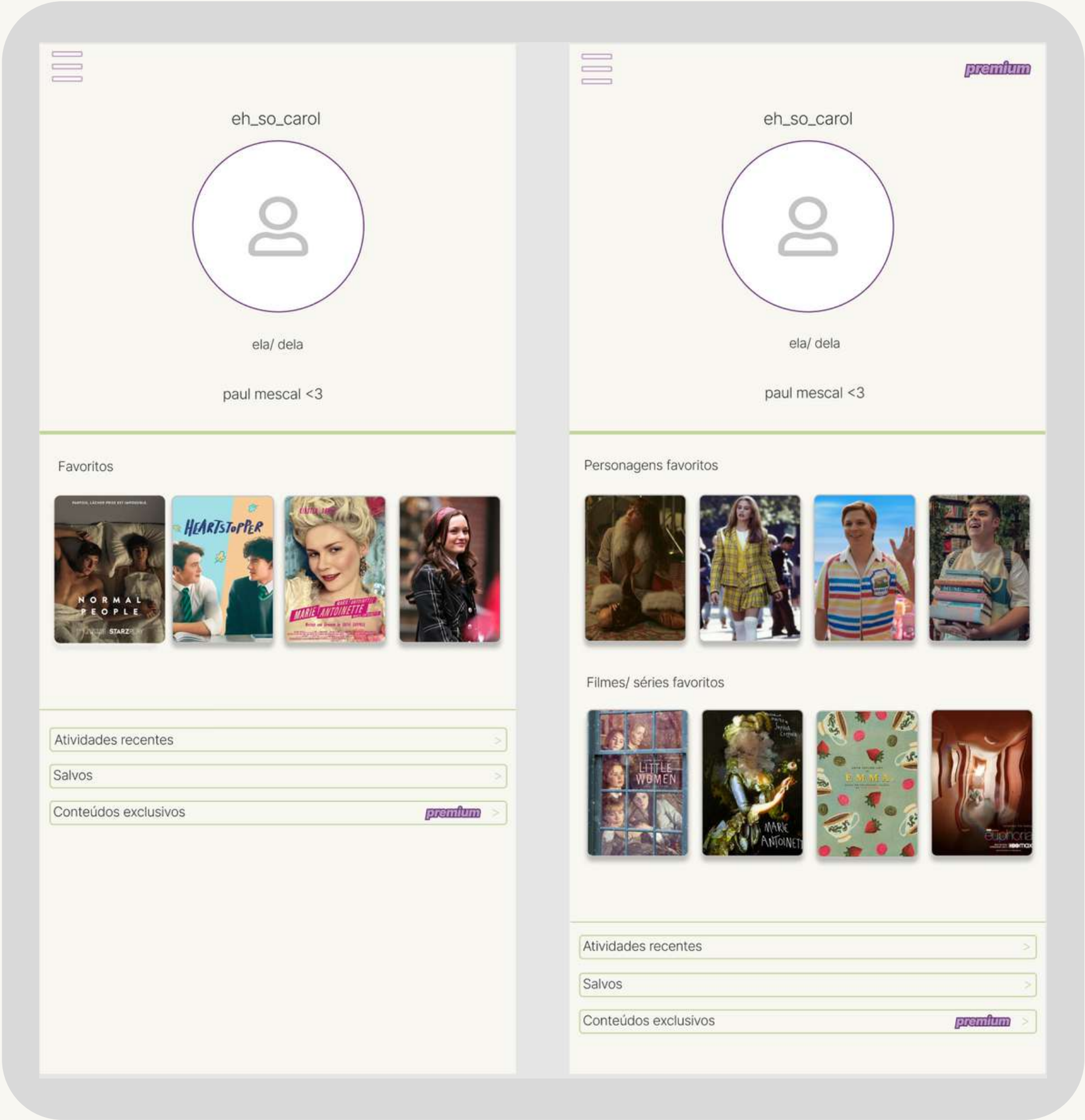


Ilustração 4: página para a figurinista, página principal e página da série

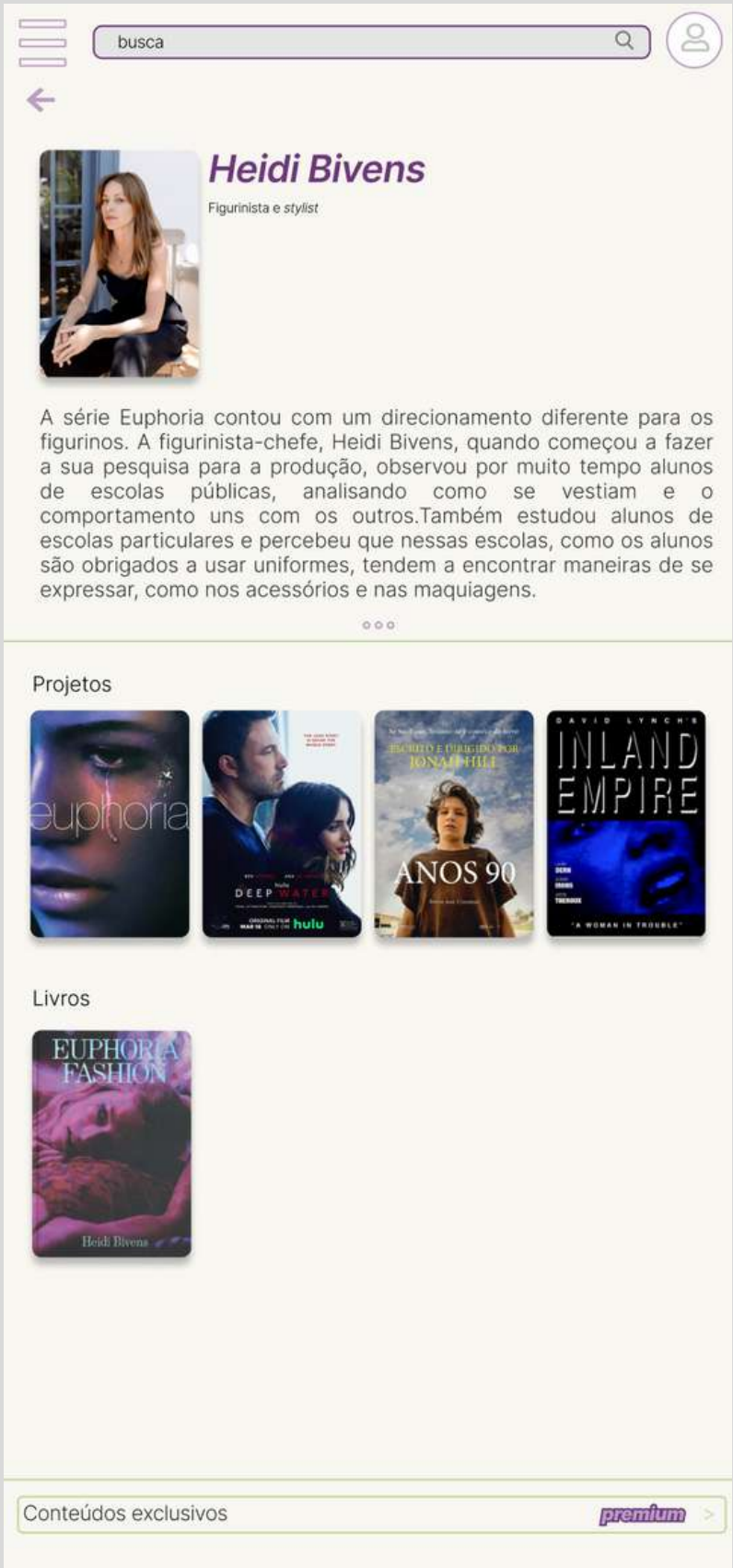


Ilustração 5: páginas dos episódios da série com as cenas

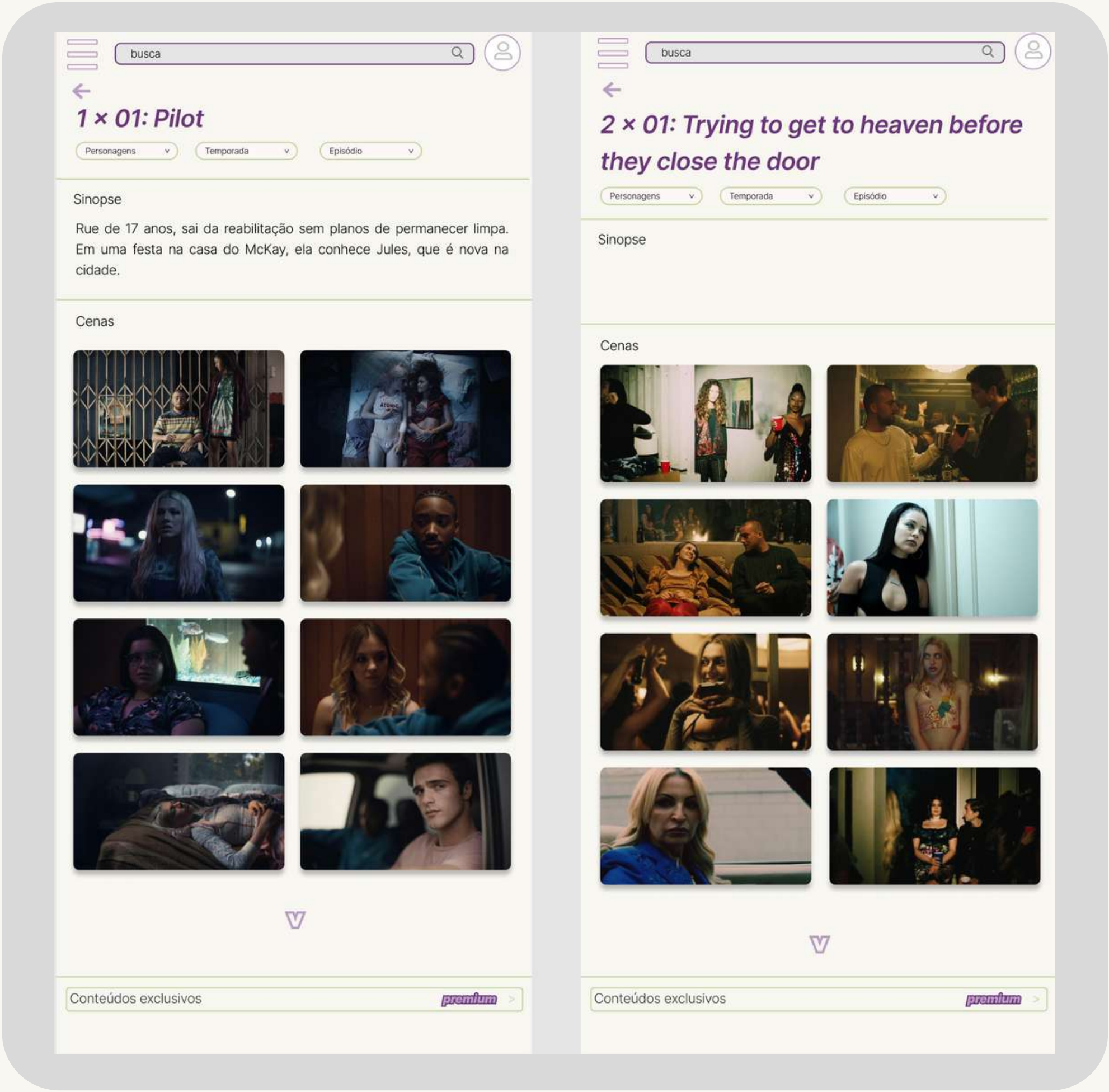


Ilustração 6: página do personagem e página da cena com dados do figurino

busca



Cassie Howard

Atriz: Sydney Sweeney

Personagens

Temporada

Episódio

★★★★★

A personagem Cassie, usa constantemente as cores rosa claro no qual simboliza: feminilidade e romance, a outra cor é o azul claro que aparece com mais frequência, simbolizando a tristeza, solidão e conflito de emoções, além disso cores com tonalidades mais claras podem ser associadas a infantilidade. A família da personagem consistia no pai, na mãe e na irmã mais nova, Lexi. O pai era um homem bonito e constantemente outras mulheres fiertavam com ele, causando brigas com a esposa, que tinha problemas com álcool. Consequentemente, os pais se divorciaram quando a Cassie estava no Ensino Médio, todo final de semana ela e a irmã saíam com o pai, mas com o tempo o pai foi parando de aparecer. Ele sofreu um acidente de carro grave, ocasionando um vício em drogas. A última vez que a Cassie o viu, foi quando ele apareceu de madrugada na casa dela, ele roubou dinheiro e itens de alto valor para poder comprar mais drogas.

Cenas









V

Conteúdos exclusivos

premium >

busca



2 x 07: The theater and it's double ☆

Moschino Primavera/ Verão 2022 Ready-To-Wear "Look 34"

Valor não encontrado (peça indisponível)

★★★★★

Após a descoberta do seu relacionamento secreto com Nate, a Cassie entra em depressão pois acha que ninguém gosta dela. Porém, ele liga e retorna com o relacionamento de forma oficial e na frente de todos. Há uma cena no episódio 7, onde o Nate escolhe a roupa que ela vai usar, uma delas é um vestido da Moschino, da coleção de Primavera 2022, que tem um grande simbolismo na relação de poder entre os dois. O Nate se sente bem em poder controlá-la, essa coleção traz referências infantis e de dona de casas dos anos 50. Pois, crianças e donas de casa dessa época, eram dependentes de alguém. Cassie gosta desse controle sobre ela, pois diz: Pode controlar o que visto. O que eu como. Com que falo [...] Eu pertencço a você (42:39).



Comentários

@bprtax: NOSSA!!!! faz total sentindo

@ehsocarol: eu amei essa coleção da moschino e faz total sentindo com a história da personagem!!!!

Relacionados





Conteúdos exclusivos

premium >

Ilustração 7: página do personagem e página da cena com dados do figurino

busca

1 × 04: Shook Ones Pt II ☆



Conjunto roxo I.AM.GIA
AUD\$ 120 (peça disponível)
★★★★★

No episódio 4, tem um carnaval acontecendo na cidade e todos vão. A Maddy aparece com uma roupa na qual o Nate diz: Por que você está se vestindo igual a uma puta? (13:52). Ela está usando um top e uma calça com recortes nas laterais, feito por uma marca australiana, chamada I.AM.GIA, essa roupa foi feita exclusivamente para a série pois, só tinha nas cores preto e branco, mas a marca autorizou que a figurinista recriar a peça mas na cor roxa.



No site da marca está disponível para comprar o conjunto nas cores: branco, preto, rosa, vermelho e roxo, como na série.

Comentários

@bpratax: NOSSA!!!! faz total sentindo

@ehsocarol: eu amei essa coleção da moschino e faz total sentindo com a história da personagem!!!!

Relacionados



Conteúdos exclusivos

premium >

busca

2 × 01: Trying to get to Heaven ☆



Vestido da marca AKNA - Damien Black Mini Dress
US\$ 185,00 (peça disponível)
★★★★★

O seu look da festa de Ano Novo é um vestido feito exclusivamente para a personagem pelo designer Aiden Euan, que tem uma marca chamada AKNA, as luvas foram feitas pelo mesmo e custam, US\$ 45,00. Os sapatos são da Amina Muaddi X AWGE. Essa nova estética da Maddy traz essa nova era da personage, trazendo uma abordagem mais sombria e séria para ela.



O termo: black cut-out dress, cresceu 890% no Google, devido a alta demanda em saber aonde comprar essa peça. Após, essa alta demanda a própria marca lançou o vestido no seu site.

Comentários

@bpratax: VOU COMPRAR AGORA!!!!!!!!!!!!

@ehsocarol: :) <3 <3 <3

Mais looks da Maddy

Conteúdos exclusivos

premium >

Considerações finais

Neste projeto foi realizada uma pesquisa sobre grandes filmes e séries que foram marcados pelo figurino, no qual a audiência se sentiu influenciada a usar roupas iguais ou similares vistas nas telas. A partir disso, com a série Euphoria, lançada em 2019, foi possível entender esse padrão novamente com o público se vestindo igual aos personagens. Além da série ter movimentado a indústria da moda: criando tendências por meio dos personagens e atores pois, se tornaram membros importantes da moda após a série. Portanto, um aplicativo voltado para compartilhar dados sobre o figurino como: preço, paleta de cores, marca, além de exemplificar as razões por trás daquela escolha.

Primeiramente, no capítulo 1 é apresentado o impacto da influência cinematográfica na moda que já estava presente em épocas, quando as redes sociais não existiam, no qual os jornais eram o meio de comunicação principal. Uma dificuldade presente durante todo o projeto era encontrar dados concretos e de confiança sobre o figurino, principalmente de projetos do século passado. Porém, foi possível encontrar dados em jornais internacionais, já que os filmes e séries citados neste trabalho são de sucesso mundial. Neste mesmo capítulo, foi adicionado mais dois subcapítulos, o primeiro foi Moda, comportamento e identidade e o segundo foi, A conexão entre a estética Camp e a moda.

O capítulo 2, foi o mais trabalhoso pois, foram abordados vários assuntos diferentes em relação à série Euphoria como por exemplo, o impacto da maquiagem, o processo criativo do figurino, a criação da série, a história da série e de cada personagem, correlacionando com o figurino e para finalizar o capítulo, contextualizou sobre a vida dos atores após a série no meio da moda e os impactos causados. A dificuldade apresentada foram as fontes pois, era apenas possível encontrar informações em entrevistas por consequência, a autora leu diversas entrevistas no qual a maior parte das questões eram as mesmas.

No capítulo 3, é apresentado o público alvo, persona e é feito uma análise de Benchmarking, onde citou aplicativos e sites que a inspiraram no projeto. Porém, apenas um site era direcionado ao figurino, todos os outros tinham focos diferentes. Portanto, a falta de plataformas sobre figurino foi um dos motivos para a realização deste projeto.

No capítulo final, foi criado um modelo de negócios para o aplicativo foi adotado o estilo freemium para o produto final. Além disso, criou um projeto de comunicação de usuário fora do aplicativo, por meio das redes sociais: Instagram, Youtube e Tik Tok, também sugerido pela orientadora deste projeto.

Por fim, este projeto de conclusão de curso foi muito satisfatório e tem como objetivo ajudar estudantes da área, assim como qualquer pessoa que se interessou por uma roupa vista na televisão, podendo alavancar vendas de marcas independentes e de marcas concretizadas. Além disso, pode se expandir para outros meios como: videocliques, o styling das celebridades e reality shows por exemplo, pois são meios de comunicação fortes e presentes na cultura popular e muito comentados nos meios de comunicação. Portanto, a conexão do figurino com as tendências de moda é muito forte, pois há diversas formas de consumo de filmes e séries, além do aumento das produções cinematográficas e com a importância das redes sociais como meio de comunicação, esse assunto é entregue para diversas pessoas ao redor do mundo. A partir disso e com a união das redes sociais, o aplicativo prototipado nesse projeto é essencial para o mercado de moda e tecnologia.

Referências

- ADAM, H.; GALINSKY, A. D. Enclothed Cognition. *Journal of Experimental Social Psychology*. *Journal of Experimental Social Psychology*, 48(4), 918–925, 2012. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0022103112000200>. Acesso em: 01 set. 2023.
- AMOR à Queima-Roupa. Direção: Tony Scott. Produção de Steve Perry e outros. Estados Unidos e França: Warner Bros. Pictures, 1993.
- APRENDENDO a viver. Direção: Frank E. Johnson. Produção de Frank E. Johnson e Joycelyn Engle. Estados Unidos: Trimark Pictures, 2009.
- ATRIZ Zendaya é eleita ícone fashion do ano pela CFDA Awards 2021. *CNN Brasil*, 2021. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/estilo/atriz-zendaya-e-eleita-icone-fashion-do-ano-pela-cfda-awards-2021/>. Acesso em: 18 ago. 2023.
- BATISTA, F. E. A. Moda e Cinema: possíveis interlocuções. *Achiote – Revista Eletrônica de Moda*, v. 7 n. 1, 2019. Disponível em: <http://revista.fumec.br/index.php/achiote/article/view/6584>. Acesso em: 02 maio 2023.
- BRETANÃ, R. Glamour, Fashion Historian Fact Checks 'Daisy Jones & The Six' Costumes, Youtube, 2023. Disponível em: https://youtu.be/SguRT_Jr6aA. Acesso em: 10 maio 2023.
- BIVENS. Euphoria Fashion. Nova Iorque: A24, 2023. Acesso em: 25 jul. 2023.
- BIVENS et al. Euphoria, euphoria | costumes of euphoria – season 2 | hbo, YouTube, 2022. Disponível em: [youtube.com/watch?v=YsIVEogHNTw](https://www.youtube.com/watch?v=YsIVEogHNTw). Acesso em: 27 jul. 2023.
- BIVENS, H. Variety, 'Euphoria' Costume Designer on Matching the Characters With Colors Schemes, YouTube, 2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=7fVFOoCVVPE&t=175s>. Acesso em: 30 jul. 2023.
- BIVENS & SCHAFER. Euphoria, all for the style | in conversation with hunter schaffer & costume designer heidi bivens | Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=-yYI-Mm4dus&list=PLKLvI0PVZuzzZHMkA5IhIPUtoce6IMLUS&index=2>. Acesso em: 10 jul. 2023.
- BOBILA, M. 10 FASHION FACTS FROM EUPHORIA SEASON 2, ACCORDING TO ITS COSTUME DESIGNER. *Nylon Magazine*, 2022. Disponível em: <https://www.nylon.com/fashion/euphoria-season-2-outfits-costume-designer-interview>. Acesso em: 12 jul. 2023.
- BONEQUINHA de luxo. Direção: Blake Edwards. Produção de Jurow-Shepherd. Estados Unidos: Paramount Pictures, 1961. 1 DVD.
- BUSINESS OF FASHION (ed.). Hunter Schafer. *Business of Fashion*, 2022. Disponível em: <https://www.businessoffashion.com/community/people/hunter-schafer#:~:text=Schafer%20has%20walked%20for%20brands,ambassador%20for%20Prada%20and%20Shiseido>. Acesso em: 30 jul. 2023.
- BUSINESS OF FASHION (ed.). The Euphoria Effect. *Business of Fashion*, 2022. Disponível em: <https://www.businessoffashion.com/articles/marketing-pr/the-euphoria-effect/>. Acesso em: 20 jul. 2023.
- BUSTAMANTE, R. Retalhos em cena – concebendo o figurino na televisão. Dissertação apresentada à Banca Examinadora do Centro Universitário Senac, como exigência parcial para obtenção do grau em Mestre de Moda, Cultura e Arte. Senac, 2008. Acesso em: 11 abr. 2023.
- BUZZATTO, P. Conheça a história da bolsa Speedy, ícone da Louis Vuitton. *Glamour News*, 2018. Disponível em: <https://glamour.globo.com/moda/news/noticia/2018/01/conheca-historia-da-bolsa-speedy-icone-da-louis-vuitton.ghtml>. Acesso em: 18 maio 2023.
- CADENAS, K. Euphoria costume designer Heidi Bivens on finding each character's personal style — and which look was all Zendaya's idea. *Entertainment weekly*, 2019. Disponível em: <https://ew.com/tv/2019/08/05/euphoria-costume-designer-interview/>. Acesso em: 29 jul. 2023.
- CASSINO. Direção: Martin Scorsese. Produção de Nicholas Pileggi e Martin Scorsese. Estados Unidos: Universal Studios, 1995.
- COCHRANE, L. 'Ahead of its time': how Olivia Newton-John's final Grease outfit became a cultural phenomenon. *The Guardian*, 2022. Disponível em: <https://www.theguardian.com/film/2022/aug/12/olivia-newton-john-final-grease-outfit-cultural-phenomenon>. Acesso em: 15 maio 2023.
- COWBOY Bebop. Direção: Shinichiro Watanabe. Produção de Keiko Nobumoto. Japão: Columbia Tri-Star, 1998.
- CUNNINGHAM, R. The magic garment: principles of costume design. Nova Iorque: Longman, 1984.

DAISY Jones & The Six. Direção: James Ponsoldt e outros. Produção de Amazon Studios. Estados Unidos: Amazon Prime Video, 2023.

DAVY & FERREIRA. Euphoria, all for the looks | in conversation with barbie ferreira and make-up artist doniella davy | hbo, YouTube, 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=HU8bstXCTmw&list=PLKlvI0PVZuzzZHMkA5lhIPUtoce6IMLUS&index=2>. Acesso em: 12 jul. 2023.

DE KLERK, A. How Euphoria became such a fashion phenomenon – and what's next for the hit show. Harpers Bazaar UK, 2022. Disponível em: <https://www.harpersbazaar.com/uk/fashion/a39370869/heidi-bivens-interview/>. Acesso em: 28 ago. 2023.

DELGADO, S. Zendaya's Met Gala Looks Through The Years — See Photos. Teen Vogue, 2022. Disponível em: <https://www.teenvogue.com/gallery/zendaya-met-gala-looks>. Acesso em: 03 ago. 2023.

DUARTE, S. Figurinista conta tudo sobre os estilos das personagens de Euphoria. Capricho, 2019. Disponível em: <https://capricho.abril.com.br/moda/figurinista-counta-tudo-sobre-os-estilos-das-personagens-de-euphoria>. Acesso em: 16 jun. 2023.

EMILY em Paris. Direção: Darren Star. Produção de Stephen Joel Brown e outros. Estados Unidos, França: Netflix Streaming Services, 2020.

EUPHORIA. Euphoria, enter euphoria – season 2 episode 1 | hbo, YouTube, 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=BBle7sK5wJU>. Acesso em: 15 jun. 2023.

EUPHORIA. Criação de Sam Levinson. Estados Unidos: A24 Television, 2019-. son., color. Série exibida pela HBO Max. Acesso em: 02 maio 2023.

FAMELE, V. Street Style: Jacob Elordi. Holr, 2022. Disponível em: <https://holrmagazine.com/oscars-best-dressed-ceremony-and-after-party/>. Acesso em: 18 jul. 2023.

FASHION Data Daily. Love the Sales, 2023. Disponível em: <https://www.lovethesales.com/press/articles/fashion-data-daily>. Acesso em: 25 ago. 2023.

FRIENDS. Direção: James Burrows. Produção de David Crane e outros. Estados Unidos: Warner Bros. Television Distribution, 1994.

GAME of Thrones. Direção: Alex Graves e outros. Produção de Mark Huffam e outros. Estados Unidos: Warner Bros. Television Distribution, 2011.

GOSSIP Girl. Direção: Amy Heckerling e outros. Produção de Josh Schwartz e outros. Estados Unidos: Warner Bros. Television, 2007.

GREASE, Nos Tempos da Brilhantina. Direção: Randal Kleiser. Produção de Paramount Pictures e outros. Estados Unidos: Paramount Pictures, 1978.

HEAD, E. Dialogue on Film: Edith Head. American Film, 3, 1978. Disponível em: [https://the.hitchcock.zone/wiki/American_Film_\(1978\)_-_Dialogue_on_Film:_Edith_Head](https://the.hitchcock.zone/wiki/American_Film_(1978)_-_Dialogue_on_Film:_Edith_Head) . Acesso em: 20 maio 2023.

HECHING, D. 'Euphoria' Star Angus Cloud Named the New Face of Polo by Ralph Lauren Fragrances. People, 2022. Disponível em: <https://people.com/style/angus-cloud-named-face-polo-by-ralph-lauren-fragrances/>. Acesso em: 25 ago. 2023.

HELLER. A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão. São Paulo: Ed. Olhares, 2021.

HOWARTH, A. How to dress like you're in Euphoria. Cosmopolitan, 2022. Disponível em: <https://www.cosmopolitan.com/uk/fashion/style/a39000627/euphoria-outfit-trends/>. Acesso em: 22 ago. 2023.

HOWELL, G. Diana: Her Life in Fashion. Nova Iorque: Rizzoli, 1995.

JACKSON, C. Sydney Sweeney's Style File: Every Single One Of The 'Euphoria' Star's Most Fabulous Looks. Elle UK, 2022. Disponível em: <https://www.elle.com/uk/fashion/celebrity-style/g40375862/sydney-sweeney-style-file/?slide=25>. Acesso em: 10 agosto 2023.

KODZMAN. The Psychology of Clothing: Meaning of Colors, Body Image and Gender Expression in Fashion. Disponível em: <https://hrcak.srce.hr/file/322338>. Acesso em: 30 ago. 2023.

KOTLER, P. Administração de Marketing. 10ª Edição, 7ª reimpressão – Tradução Bazán Tecnologia e Lingüística; revisão técnica Arão Sapiro. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

KOTLER, P. Administração de Marketing. São Paulo: Ed. Atlas, 1994.

LAFERLA, R. Forget Gossip, Girl; the Buzz Is About the Clothes. NY Times, 2008. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2008/07/08/fashion/08gossip.html>. Acesso em: 11 maio 2023.

LEE, M. Lexi Howard and Miu Miu's significance. I feel like it was a very intentional choice, TikTok, 2022. Disponível em: https://www.tiktok.com/@oldloserinbrooklyn/video/7056863568129445167?_r=1&_t=8fPMU9VDv54. Acesso em: 15 ago. 2023.

LIPOVETSKY, G. O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

LOPES, R. Figurino cenográfico: o acervo do grupo de divulgação. Dissertação apresentada à Banca Examinadora da Universidade Federal de Juiz De Fora, como exigência para obtenção do título como pós graduada em Moda, Cultura de Moda e Arte. Juiz de Fora, 2010. Acesso em: 10 abr. 2023.

L'OFFICIEL BRASIL. Alexa Demie é o novo rosto da Balenciaga. L'officiel Brasil, 2022. Disponível em: <https://www.revistalofficiel.com.br/moda/alexa-demie-e-o-novo-rosto-da-balenciaga>. Acesso em: 20 jul. 2023.

MAEDER. Hollywood and History: Costume design in film. Reino Unido: Thames & Hudson Ltd, 1988.

MAOUI, Z. The Crown's costume designer on the challenges of re-creating royalty. GQ Magazine, 2020. Disponível em: <https://www.gq-magazine.co.uk/fashion/article/the-crown-costume-designer-interview>. Acesso em: 25 maio 2023.

MARQUES. Euphoria: Nova série da HBO nos entrega qualidade técnica e retrato profundo do universo jovem. Instituto de Cinema São Paulo, 2019. Disponível em: <https://www.institutodecinema.com.br/mais/conteudo/euphoria-nova-serie-da-hbo-nos-entrega-qualidade-tecnica-e-retrato-profundo-do-universo-jovem>. Acesso em: 10 jun. 2023.

MARROCOS. Direção: Josef von Sternberg. Produção de Hector Turnbull. Estados Unidos: Paramount Pictures, 1930.

MATOS. Camp: o que é de facto o tema da próxima Met Gala?. Vogue Portugal, 2019. Disponível em: <https://www.vogue.pt/camp-notes-on-fashion-met-gala-2019>. Acesso em: 03 set. 2023.

MORIN, Edgar. As estrelas: mito e sedução no cinema. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989. Acesso em: 10 abr. 2023.

MULLER. How Daisy Jones and the Six's Costume Designer Captured Laurel Canyon Fashion. W Magazine, 2023. Disponível em: <https://www.wmagazine.com/culture/daisy-jones-and-the-six-costume-designer-denise-wingate-interview>. Acesso em: 26 abr. 2023.

NICKENS & ZENO. Marylin in Fashion: The Enduring Influence of Marilyn Monroe. Texas: Running Press, 2012. Acesso em: 30 maio 2023.

O SEGREDO de Brokeback Mountain. Direção: Ang Lee. Produção de Diana Ossana e James Schamus. Estados Unidos: Focus Features, 2005.

OS 13 Porquês. Direção: Gregg Araki e outros. Produção de Joseph Incaprera. Estados Unidos: Netflix Streaming Services, 2017.

OTTENBERG, M. Heidi Bivens Gives Us the Dirty on Euphoria's Costume Designs. Interview Magazine, 2022. Disponível em: <https://www.interviewmagazine.com/fashion/heidi-bivens-gives-us-the-dirty-on-euphoria-costume-designs>. Acesso em: 22 maio 2023.

PITCHER, L. "Euphoria" Star Alexa Demie Stars in MAC Cosmetics' "More Than Meets the Eye" Campaign. Teen Vogue, 2020. Disponível em: <https://www.teenvogue.com/story/alexa-demie-mac-cosmetics-more-than-meets-the-eye-campaign>. Acesso em: 09 ago. 2023.

REDAÇÃO VOGUE. Os melhores momentos de Barbie Ferreira nos tapetes vermelhos. Vogue Brasil, 2023. Disponível em: <https://vogue.globo.com/moda/noticia/2023/04/os-melhores-momentos-de-barbie-ferreira-nos-tapetes-vermelhos.ghtml>. Acesso em: 18 jul. 2023.

REYNAUD, F. The Story Behind That Little Black Dress Worn by Audrey Hepburn In 'Breakfast At Tiffany's'. Vogue, 2020. Disponível em: <https://www.voguehk.com/en/article/fashion/audrey-hepburn-givenchy-little-black-dress-breakfast-at-tiffanys/>. Acesso em: 15 maio 2023.

RIDDEL R. Sydney Sweeney x Savage x Fenty. Coup de Main, 2020. Disponível em: <https://www.coupdemainmagazine.com/sydney-sweeney/16688>. Acesso em: 20 ago. 2023.

RIEZU D, M. Coolhunters: caçadores de tendências na moda. São Paulo: Editora SENAC, 2011.

ROBINSON, J. 7 Ways Friends Influenced 90s Fashion. Vanity Fair, 2014. Disponível em: <https://www.vanityfair.com/style/photos/2014/09/how-friends-influenced-90s-fashion>. Acesso em: 12 abr. 2023.

ROBY, I. The Best Outfits From Euphoria's New Years Eve Episode. Nylon Magazine, 2022. Disponível em: <https://www.nylon.com/fashion/euphoria-season-2-outfits-episode-1>. Acesso em: 22 jul. 2023.

ROLLING STONES (ed.). Gallery: Angus Cloud's Unexpected Impact On Fashion. Rolling Stones, 2023. Disponível em: <https://www.rollingstone.com/tv-movies/tv-movie-pictures/best-angus-cloud-photos-gallery-fashion-style-1234798500/2022-harpers-bazaar-icons-bloomingdales-150th-anniversary/>. Acesso em: 01 set. 2023.

REDAÇÃO VOGUE. Emmy 2022: Zendaya se torna a atriz mais jovem a ser indicada duas vezes na premiação. Vogue Brasil, 2022. Disponível em: <https://vogue.globo.com/lifestyle/cultura/noticia/2022/07/emmy-2022-zendaya-se-torna-atriz-mais-jovem-ser-indicada-duas-vezes-na-premiacao.html>. Acesso em: 22 ago. 2023.

REID. Daisy Jones and & The Six. São Paulo: Paralela, 2021.

RIBEIRO, M. O Cinema ditando a moda através dos tempos. Cinecom, 2019. Disponível em: <https://www.jornalismo.ufv.br/cinecom/o-cinema-ditando-a-moda-atraves-dos-tempos/>. Acesso em: 02 maio 2023.

ROGERS, K. How the clothes in ‘Euphoria’ became a powerful storytelling device. CNN Style, 2023. Disponível em: <https://edition.cnn.com/style/article/euphoria-fashion-book-heidi-bivens-costumes/index.html>. Acesso em: 12 jul. 2023.

ROMEU e Julieta. Direção: Baz Luhrmann. Produção de Baz Luhrmann e outros. Estados Unidos: 20th Century Studios, 1996.

TASHJIAN. How Princess Diana Became a Fashion Icon. Vanity Fair, 2017. Disponível em: <https://www.vanityfair.com/style/2017/02/princess-diana-fashion-icon>. Acesso em: 27 ago. 2023.

THEIS, B. Women of the Year 2022 Breakthrough: Maude Apatow. Harper’s Bazaar, 2022. Disponível em: <https://www.harpersbazaar.com/uk/fashion/fashion-news/a41909064/maude-apatow-cover-shoot-interview-euphoria/>. Acesso em: 27 ago. 2023.

THROWING Fits Pod. Full podcast with euphoria costume designer heidi bivens out now on apple + spotify. TikTok, 07 de abril de 2023. Disponível em: <https://vm.tiktok.com/ZMjYMAMNF/>. Acesso em: 01 set. 2023

TORRES, S. Os figurinos dos duplos e dos personagens de personalidade dividida nos filmes: um corpo que cai e disque M para matar de Alfred Hitchcock. Monografia apresentada à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo. Porto Alegre, 2012.

VALENTI, L. How Euphoria’s Lead Makeup Artist Sparked a Gen-Z Beauty Movement. Vogue, 2019. Disponível em: <https://www.vogue.com/article/euphoria-hbo-gen-z-makeup>. Acesso em: 14 ago. 2023.

SANSÃO e Dalila. Direção: Cecil B. DeMille. Produção de Cecil B. DeMille. Estados Unidos: Paramount Pictures, 1949.

SATENSTEIN, L. We All Fell in Love With Euphoria’s Chloe Cherry This Fashion Month. W Magazine, 2022. Disponível em: <https://www.vogue.com/article/chloe-cherry-fashion-month-euphoria?redirectURL=https%3A%2F%2Fwww.vogue.com%2Farticle%2Fchloe-cherry-fashion-month-euphoria>. Acesso em: 12 ago. 2023.

SEDUÇÃO e vingança. Direção: Abel Ferrara. Produção de Rochelle Weisberg e outros. Estados Unidos: Warner Bros. Image Entertainment, 1981.

SE7EN – Os Sete Crimes Capitais. Direção: David Fincher. Produção de Arnold Kopelson e Phyllis Carlyle. Estados Unidos: New Line Cinema, 1995.

SONTAG. Notes on Camp. Reino Unido: Penguin, 2018. Acesso em: 28 ago. 2023.

SVENDSEN. Moda: uma filosofia. Rio de Janeiro: Zahar, 1970. Acesso em: 20 ago. 2023.

SWIFT, T. Taylor Swift, All Too Well: The Short Film. Youtube, 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=tollGa3S0o8>. Acesso em: 10 maio 2023.

TAXI Driver, Motorista de Táxi. Direção: Martin Scorsese. Produção de Julia Phillips e Michael Phillips. Estados Unidos: Columbia Pictures, 1976.

THE Chic League. The Chic League, Euphoria Style Analysis: The Functions of Fashion in Storytelling, YouTube, 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=L64sFNyJ9IA>. Acesso em: 10 jul. 2023.

THE CROWN. Direção: Benjamin Caron. Produção de Sony Pictures Television. Reino Unido: Netflix Streaming Services, 2016.

TITANIC. Direção: James Cameron. Produção de James Cameron e outros. Estados Unidos: Paramount Pictures, 1997.

UKIOMOGBE, J. Euphoria Costume Designer Heidi Bivens Brings Her Vision to the Page. Elle, 2023. Disponível em: <https://www.elle.com/culture/movies-tv/a43496443/euphoria-costume-designer-heidi-bivens-a24-book/>. Acesso em: 15 maio 2023.

W STAFF (ed.). Inside Thom Browne’s Tartan Party With Angus Cloud and Maude Apatow. W Magazine, 2022. Disponível em: <https://www.wmagazine.com/fashion/thom-browne-party-photos-angus-cloud-maude-apatow-richie-shazam>. Acesso em: 20 ago. 2023.

WEBER, B. ZENDAYA, LADY GAGA E A ASCENSÃO DO METHOD DRESSING. Steal the Look, 2022. Disponível em: <https://stealthelook.com.br/zendaya-lady-gaga-e-a-ascensao-do-method-dressing/>. Acesso em: 15 ago. 2023.

WILSON, E. Enfeitada de Sonhos. Rio de Janeiro: Edições 70, 1985.

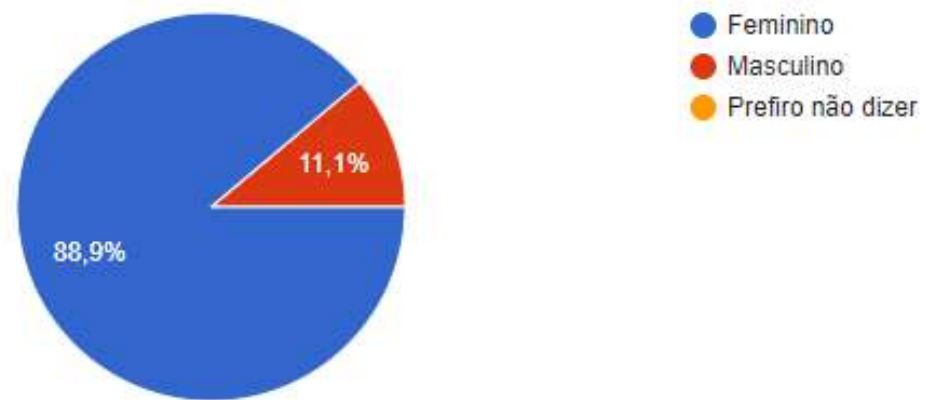
WSJ STAFF (ed.). ‘Euphoria’ fashion goes beyond the show. WSJ, 2022. Disponível em: <https://www.wsj.com/story/euphoria-fashion-goes-beyond-the-show-d7e622d0>. Acesso em: 30 abr. 2023.

Anexos

Gênero

27 respostas

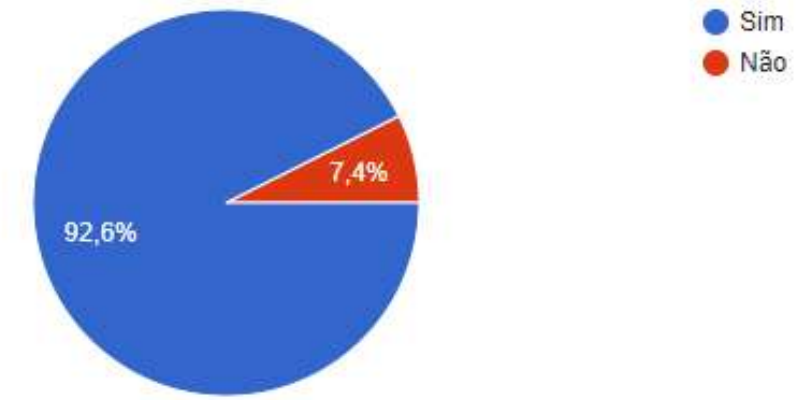
 Copiar



Você tem algum interesse por moda ?

27 respostas

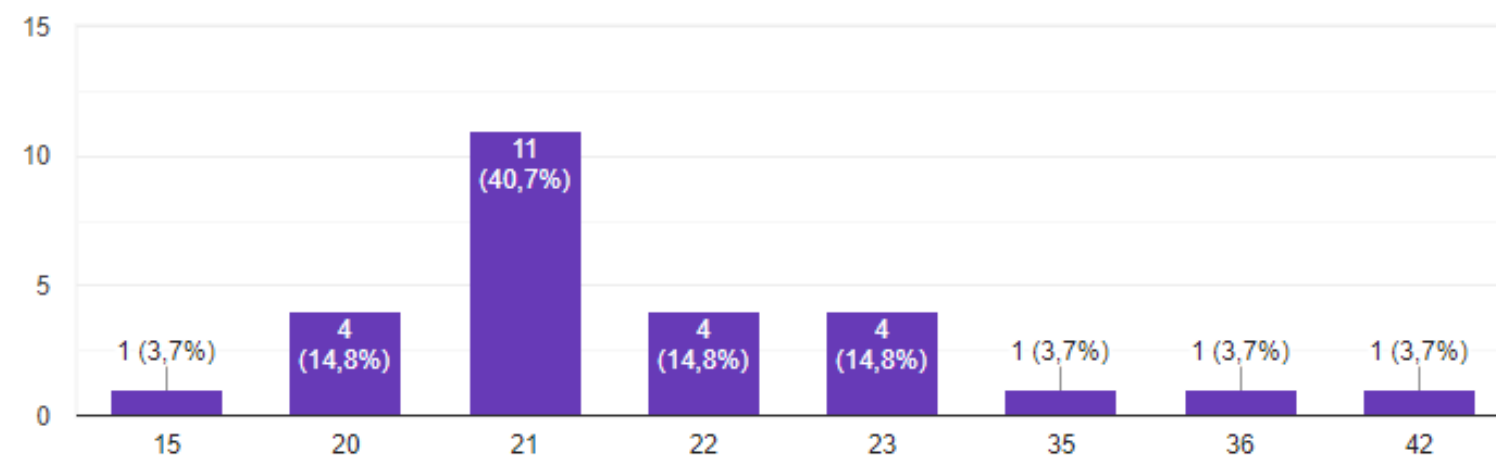
 Copiar



Idade

27 respostas

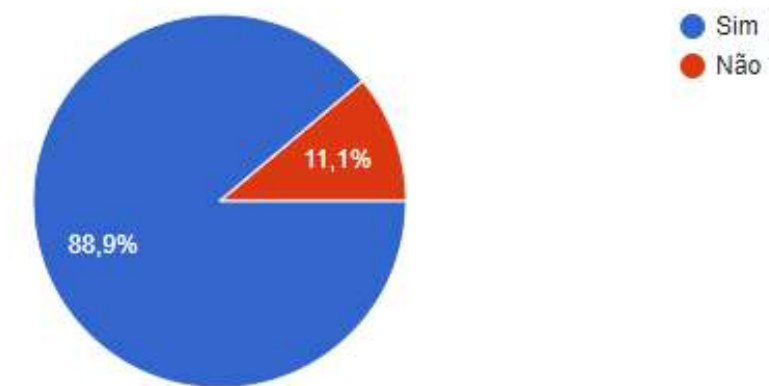
 Copiar



Você já se interessou por algum figurino de filme o série ?

27 respostas

 Copiar



Se sim, qual ?

23 respostas

as roupas da Rachel de Friends

Euforia

recentemente me interessei muito pelo da serie Daisy Jones & The Six e The Idol

Diabo veste prada

Em geral todos os look da Lara Jean nos 3 filmes de Para todos Garotos que já amei disponível na netflix

O vestido rosa da Herminone, no HP Cálice de Fogo

Cisne Negro

Os vestidos do filme O Diário da Princesa e o guarda-roupa da Raven em As Visões da Raven

Meus favoritos são dos filmes: O Quinto Elemento, Spencer e Confessions of a Teenage Drama Queen

Sex and the city

Não lembro de cabeça agora, mas algum que tenha alguma semelhança com alguma parte da minha vida.. trabalho, lazer...

Romeo + Juliet, Moulin Rouge, Clueless, Heathers e Bridgerton

As patricinhas de Beverly Hills

Como perder o homem em 10 dias -vestido amarelo.

Cruella, animais fantásticos,

Reign

Todos de The Nanny, As patricinhas de Beverly Hills, Gossip Girl (antigo e atual), Sex in the city

Gostava das roupas de Euphoria

Adoro as roupas da Sarah de Outer Banks

Barbie

Emily in Paris

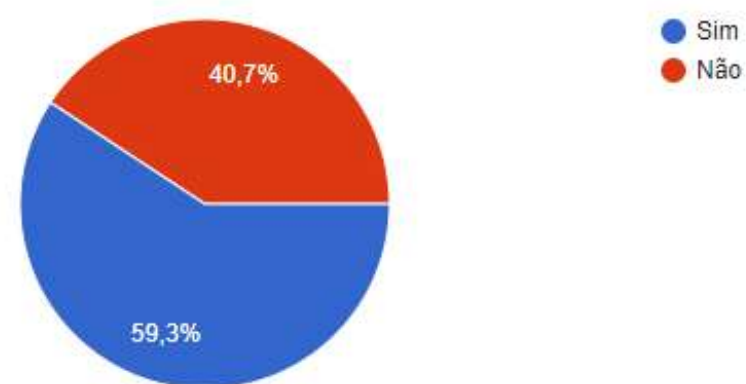
the english game

Euphoria

Você já quis saber aonde um figurino de um personagem foi comprado para você comprar um igual ou similar ?

27 respostas

 Copiar



Se sim, qual ?

14 respostas

Roupas da kitty de xoxo, kitty

todos os looks que a Lily Rose Depp ta usando em The Idol :)

Q roupa do makeover da Andrea.

La la land

O vestido preto da Maddy em Euphoria

Tudo da Jules em Euphoria...

Gossip girl

Não.. sempre pensei que poderia fazer algo semelhante ou garimpar por aí.

O vestido amarelo de "como perder um homem em 10 dias"

O exemplo mais fácil de lembrar é o clássico amarelo quadriculado da Cheer

.

looks do dia a dia de Emily

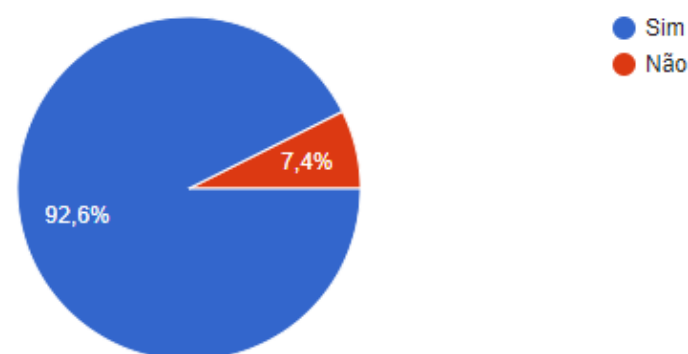
todos da Carrie em Sex and the City

Nadie o vestido q ela usa no ano novo

Caso você tenha dito não. Vou te dar um exemplo de um figurino do filme Jogos Vorazes: A Esperança Parte 1. Neste filme Peeta é capturado pela capital e é torturado, mas na frente das câmeras, ele aparenta estar "bem" e a Capital tinha que mostrar ele com uma aparência elegante e saudável mas um detalhe que muitos não viram é que o Peeta usa ternos para aparecer na TV da Capital e na gola há uma ponta afiada que espeta ele enquanto fala ou abaixa a cabeça (imagem abaixo e detalhe sinalizado com a seta vermelha), essa é uma forma de tortura que a Capital encontrou para tortura-lo e lembra-lo do poder da Capital sobre o corpo dele. Portanto, quero saber se depois dessa informação, deu mais profundidade a história.

 Copiar

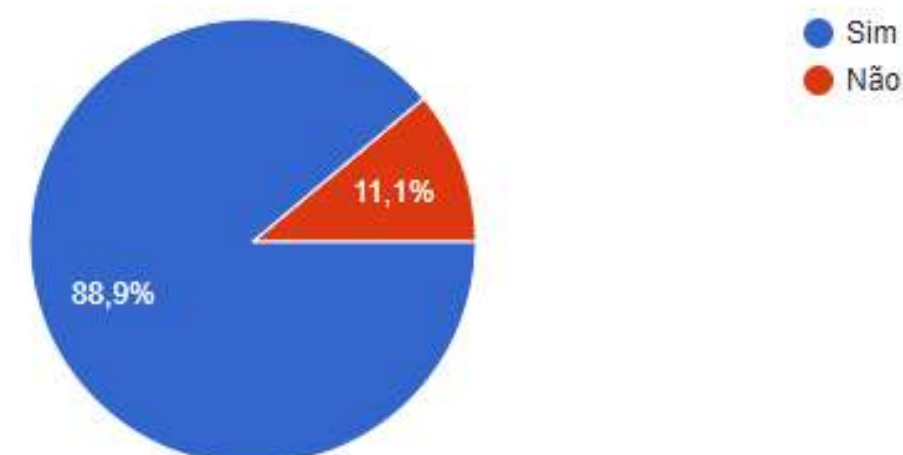
27 respostas



Outro exemplo, parecido com o dos Jogos Vorazes é o a série Daisy Jones and The Six, no qual a atriz Riley Keough, interpreta Daisy Jones uma cantora dos anos 70. A atriz é neta do cantor Elvis Presley e em uma das cenas da série onde ela se canta com um violão, ela usa a mesma alça de violão que seu avô, Elvis usava (imagem abaixo). Você acha que essa informação deu mais profundidade a história ?

 Copiar

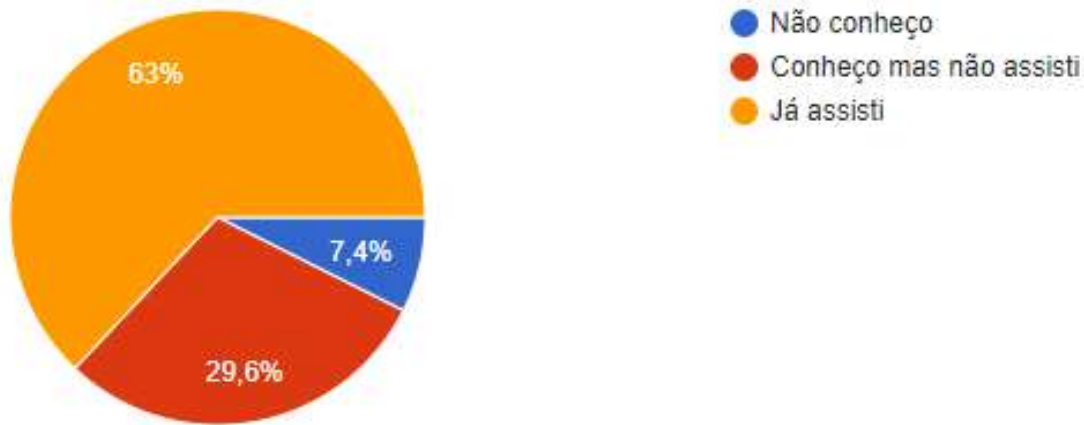
27 respostas



Você conhece ou já assistiu a série Euphoria ?

27 respostas

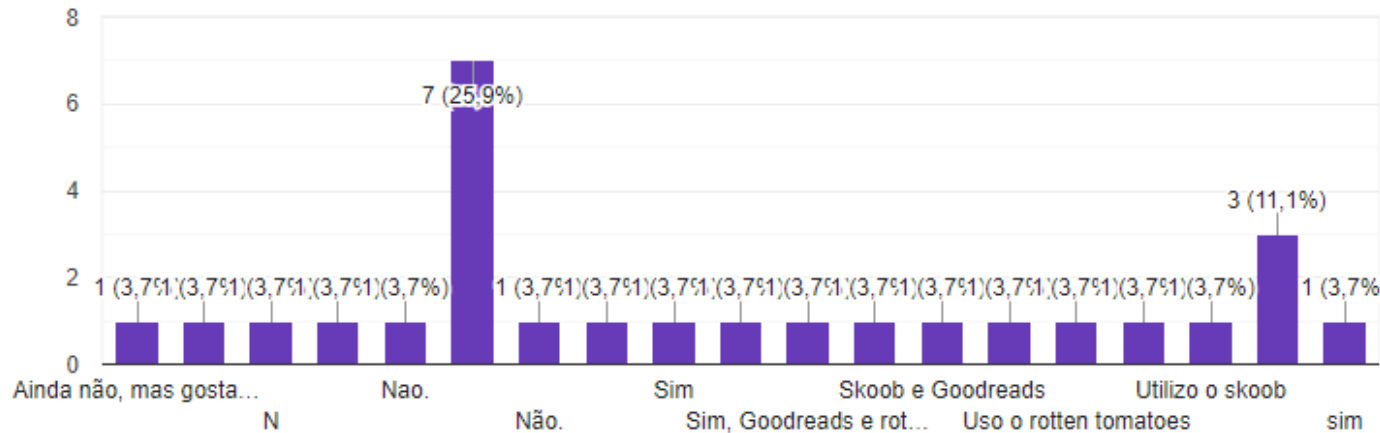
Copiar



Você utiliza aplicativos como Letterbox, Goodreads, Skoob ou gosta de acessar o Rotten Tomatos.

27 respostas

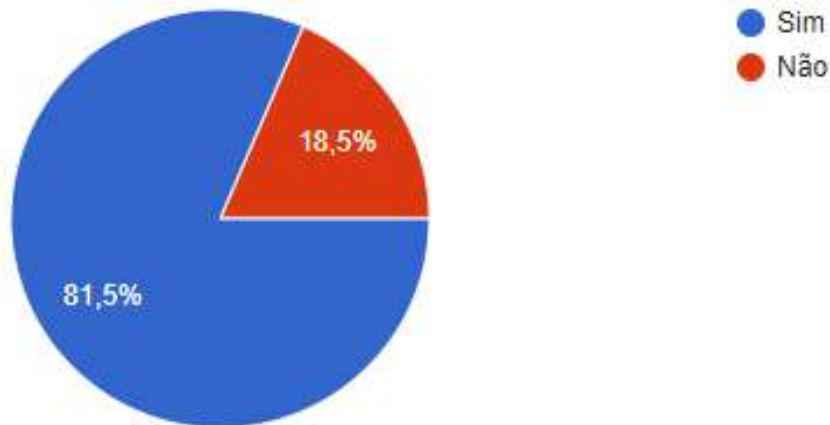
Copiar



Você acha que a série Euphoria criou tendências de moda ?

27 respostas

Copiar



Você utilizaria um aplicativo onde estaria disponível dados sobre os figurinos do personagem como onde foi comprado, o porque daquela escolha para cena, valor, entre outros ?

27 respostas

Copiar

