

CENTRO DE TECNOLOGIA DA INDÚSTRIA QUÍMICA E TÊXTIL

FACULDADE SENAI CETIQT

CURSO DE BACHARELADO EM DESIGN DE MODA

GABRIELLE DE ANDRADE FERREIRA

FIGURINO CINEMATOGRAFICO COMO ELEMENTO SIMBOLICO:

**CRIAÇÃO DE UMA COLEÇÃO PARA MARCA TIG INSPIRADA NA NARRATIVA DE
'POBRES CRIATURAS'**

Rio de janeiro

2025

GABRIELLE DE ANDRADE FERREIRA

FIGURINO CINEMATOGRAFICO COMO ELEMENTO SIMBOLICO:

**CRIAÇÃO DE UMA COLEÇÃO PARA A MARCA TIG INSPIRADA NA NARRATIVA
DE 'POBRES CRIATURAS'**

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

Orientadora: Luisa Helena Silva Meirelles

Rio de janeiro

2025

**Dados de catalogação-na-publicação (CIP), conforme Código de
Catalogação Anglo-Americano (AACR)**

Ferreira, Gabrielle de Andrade.

F383f Figurino cinematográfico como elemento simbólico: criação de uma coleção para a marca TIG inspirada na narrativa de 'Pobres criaturas'/ Gabrielle de Andrade Ferreira – Rio de Janeiro – RJ, 2025.

XI, 146 f.: il. 29 cm.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Design de Moda) Faculdade SENAI CETIQT, Rio de Janeiro – RJ, 2025.

Orientadora: Prof^a. Luisa Helena Silva Meirelles.

Inclui referências.

1. Design de Moda. 2. Coleção. 3. Pobres Criaturas. I. Título. II. Luisa Helena Silva Meirelles. III. Faculdade SENAI CETIQT.

CDU: 792:024.2+391:659(088.72)

Ficha catalográfica preenchida pelo aluno, e revisado pela Biblioteca SENAI CETIQT. Bibliotecário: Robson Soares Cruz / CRB 7^a n° 6475

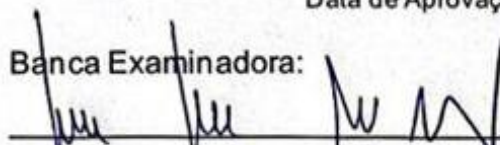
Gabrielle De Andrade Ferreira

**FIGURINO CINEMATOGRAFICO COMO ELEMENTO SIMBÓLICO:
Criação de Uma Coleção Para a Marca Tig Inspirada na Narrativa de 'Pobres Criaturas'**

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

Data de Aprovação: 08/07/2025.

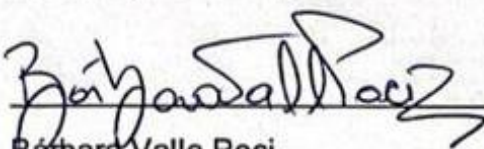
Banca Examinadora:



Luísa Helena Silva Meirelles

Mestre em Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC- Rio

Docente, SENAI CETIQT



Bárbara Valle Poci

Mestranda em Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC- Rio

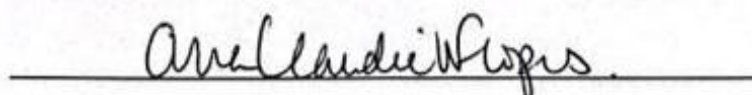
Docente, SENAI CETIQT



Rosanna Naccarato

Especialista em Educação Estética, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (Unirio)

Docente, SENAI CETIQT



Ana Cláudia Lourenço Ferreira Lopes

Coordenadora de Graduação e Ensino Técnico

Dedico este trabalho aos meus pais, que não apenas tornaram possível essa jornada ao longo da faculdade, mas que também me deram o apoio incondicional para seguir meus sonhos. Cada conquista minha carrega o amor, o esforço e a dedicação de vocês. Obrigada por acreditarem em mim sempre.

À minha melhor amiga, Maria Clara, que me inspira todos os dias e que, com seu olhar apaixonado pelo cinema, me fez enxergar um novo mundo de possibilidades. Foi ao seu lado, assistindo ao filme que escolhi como tema deste trabalho, que compreendi o poder da arte e da narrativa. Sua amizade é um presente imensurável.

Aos meus amigos que estiveram comigo em cada etapa, nos momentos de cansaço e nas celebrações, e à minha família, que me cercou de carinho e incentivo. Minha gratidão é infinita.

Esse trabalho é, de alguma forma, um pedaço de cada um de vocês.

AGRADECIMENTO

Chegar até aqui foi uma jornada intensa, repleta de aprendizados, desafios e descobertas. Ao olhar para trás, percebo que nada disso teria sido possível sem o apoio de pessoas especiais que fizeram parte desse caminho.

Agradeço, primeiramente, à minha família, pelo amor incondicional, paciência e apoio em todos os momentos, mesmo nos dias mais difíceis. Às minhas amigas e amigos, que estiveram ao meu lado com palavras de incentivo, conselhos sinceros e risadas que me sustentaram.

Aos professores e professoras que cruzaram meu percurso acadêmico, minha gratidão por compartilharem conhecimento, provocarem reflexões e acreditarem no meu potencial. Em especial, agradeço à minha orientadora Luisa Helena, pelo tempo dedicado a mim, o olhar atento, pelas contribuições valiosas e pela confiança no meu projeto.

E, por fim, agradeço a mim mesma. Pela coragem de recomeçar, pela resiliência diante dos obstáculos e por não desistir. Que esse trabalho seja não um ponto final, mas o começo de novas possibilidades.

Obrigada a todos que, de alguma forma, fizeram parte dessa caminhada.

"Roupas nunca são uma frivolidade: elas sempre querem dizer algo" (James Laver)

RESUMO

O presente projeto tem como objetivo desenvolver uma coleção para a marca TIG, inspirada no filme *Pobres Criaturas* (2023). A pesquisa parte da moda como fenômeno cultural e signo social, com base na obra *História Social da Moda*, de Daniela Calanca, e analisa o figurino como elemento narrativo, conforme Marcel Martin em *A Linguagem Cinematográfica*. A análise visual dos trajes da personagem Bella Baxter é aprofundada com a *Sintaxe da Linguagem Visual* de Donis Dondis, revelando como as escolhas estéticas refletem sua evolução emocional. A coleção propõe uma tradução contemporânea dessas referências dentro do universo da marca TIG, alinhando sensualidade e sofisticação ao seu público, cuja definição e direcionamento estratégico foram embasados nos conceitos de Harriet Posner em *Marketing de Moda*. O estudo de marca seguiu os fundamentos de Philip Kotler em *Administração de Marketing*. Por fim, a coleção foi desenvolvida para seguir as principais tendências de mercado fornecidas pela WGSN, consolidando a proposta dentro de um posicionamento comercial simbólico que une moda, cinema e comunicação visual.

Palavras-chave: design de moda; figurino; moda; narrativa cinematográfica; cultura.

ABSTRACT

This project aims to develop a fashion collection for the brand TIG, inspired by the film *Poor Things* (2023). The research approaches fashion as a cultural phenomenon and social sign, based on *The Social History of Fashion* by Daniela Calanca, and analyzes costume as a narrative element, following Marcel Martin's *Film Language*. The visual analysis of Bella Baxter's costumes is deepened through Donis Dondis's *A Primer of Visual Literacy*, revealing how aesthetic choices reflect her emotional development. The collection proposes a contemporary translation of these references within TIG's universe, aligning sensuality and sophistication with its audience, whose definition and strategic direction were based on concepts from Harriet Posner's *Marketing Fashion*. The brand study followed the principles of Philip Kotler's *Marketing Management*. Finally, the collection was developed in accordance with key market trends provided by WGSN, consolidating the proposal within a symbolic commercial positioning that merges fashion, film, and visual communication.

Keywords: costume design; fashion; cinematic narrative; culture; fashion design.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
2	CONCEITO DE MODA E FIGURINO E SUA RELAÇÃO.....	14
2.1	MODA COMO FENÔMENO CULTURAL.....	14
2.1.1	O figurino como signo.....	21
2.1.2	A relação entre figurino e moda.....	23
3	POBRES CRIATURAS: ANÁLISE E SIGNIFICADO	29
3.1	APRESENTAÇÃO DO FILME	29
3.1.1	Apresentação dos personagens e figurinos	30
4	A ESCOLHA DA MARCA TIG	49
4.1	COMPOSTO DE MARKETING	50
4.1.1	Público-alvo.....	64
5	DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÃO	73
5.1	PESQUISA DE TENDÊNCIAS	73
5.2	CARTELA DE COR	78
5.3	CARTELA DE TECIDOS	80
5.4	CARTELA DE AVIAMENTOS	81
5.5	DISTRIBUIÇÃO NUMÉRICA.....	83
5.6	RELEASE TÉCNICO	86
5.7	CROQUIS.....	87
5.8	DIVISÃO CATEGÓRICA DE ESTILO	100
5.9	FICHAS DE DESENVOLVIMENTO.....	104
5.10	PROTÓTIPO	120
5.11	FICHA TÉCNICA	124
5.12	EDITORIAL.....	127
6	CONCLUSÃO	142
	REFERÊNCIAS.....	144

1 INTRODUÇÃO

O figurino cinematográfico vai além da simples vestimenta dos personagens, funcionando como um elemento simbólico capaz de comunicar aspectos psicológicos, sociais e narrativos. No filme *Pobres Criaturas* (2023), dirigido por Yorgos Lanthimos, os trajes desempenham um papel crucial na construção da protagonista Bella Baxter, refletindo sua evolução e experimentação com o mundo.

Diante disso, este trabalho propõe um estudo sobre o figurino como ferramenta simbólica no cinema e sua transposição para o design de moda, por meio da criação de uma coleção desenvolvida para a marca TIG. A proposta busca traduzir a linguagem estética e narrativa do filme para o universo da marca, que é marcada pela sensualidade sofisticada, alfaiataria feminina e uma comunicação visual forte e contemporânea.

A pesquisa parte da moda como fenômeno cultural e signo social, com base na obra *História Social da Moda*, de Daniela Calanca, e analisa o figurino como elemento narrativo conforme Marcel Martin em *A Linguagem Cinematográfica*. A análise visual dos trajes da personagem Bella Baxter é aprofundada com os conceitos da *Sintaxe da Linguagem Visual*, de Donis Dondis, revelando como as escolhas estéticas refletem sua evolução emocional e psicológica ao longo da trama. A coleção propõe uma tradução contemporânea dessas referências dentro do universo da marca TIG, alinhando sensualidade e sofisticação ao seu público, cuja definição e direcionamento estratégico foram embasados nos conceitos de Harriet Posner, em *Marketing de Moda*. O estudo de marca seguiu os fundamentos de Philip Kotler em *Administração de Marketing*, enquanto a construção da proposta estética da coleção se alinhou às tendências apontadas pela WGSN, principal autoridade em previsão de tendências de moda.

A pergunta norteadora da pesquisa é: Como o figurino cinematográfico pode ser traduzido para o design de moda sem perder seu caráter simbólico e narrativo? Essa questão orienta a investigação sobre de que maneira os elementos visuais do filme podem ser ressignificados em peças vestíveis, preservando sua carga estética e conceitual.

A pesquisa se insere na interseção entre moda e cinema, áreas que dialogam intensamente por meio da estética e da construção de identidades visuais. Compreender o figurino como um elemento narrativo permite expandir as possibilidades criativas no design de moda, tornando a criação de coleções mais conceituais e conectadas a discursos visuais profundos. Além disso, o estudo contribui para o repertório acadêmico e profissional ao demonstrar como referências cinematográficas podem ser traduzidas para o vestuário de forma significativa e estratégica no contexto de uma marca com identidade consolidada como a TIG.

O objetivo principal do trabalho é analisar o figurino do filme *Pobres Criaturas* e utilizá-lo como base para a criação de uma coleção de moda para a TIG, preservando seus elementos simbólicos, adaptando-os ao universo estético e comercial da marca. Para isso, foram investigados os conceitos estéticos e narrativos presentes nos trajes da protagonista, bem como suas referências históricas e estilísticas.

A metodologia adotada inclui pesquisa bibliográfica sobre figurino e moda conceitual, análise visual das vestimentas do filme e desenvolvimento prático de croquis e modelagens baseadas na pesquisa teórica. A fase de execução envolveu um mergulho bibliográfico que abrange os conceitos centrais do trabalho: moda, figurino, figurino no cinema e narrativa. Para complementar a visualização da proposta, foi utilizado o recurso de inteligência artificial para gerar imagens realistas dos produtos da coleção, otimizando a representação das peças e a comunicação do projeto.

O primeiro capítulo aborda o conceito de figurino cinematográfico, explorando sua função narrativa e simbólica. No segundo capítulo, foi analisado o figurino de *Pobres Criaturas*, destacando sua importância na construção da protagonista. O terceiro capítulo apresentará uma análise da marca TIG, com o objetivo de delimitar o público-alvo da coleção a ser desenvolvida. O quarto capítulo apresentará a transposição dos elementos do figurino para o design de moda, detalhando o processo criativo da coleção. Por fim, as considerações finais refletem sobre os resultados obtidos e as contribuições do estudo para as áreas de moda e figurino, bem como sua aplicabilidade no mercado contemporâneo.

2 CONCEITO DE MODA E FIGURINO E SUA RELAÇÃO

Para que seja possível compreender plenamente os aspectos propostos neste trabalho, é fundamental recorrer as formulações e teorias já consolidadas sobre os diferentes conceitos que serão abordados. O entendimento deve seguir um caminho alinhado aos objetivos traçados, de modo a percorrer os diversos contextos que envolvem moda, narrativa cinematográfica e figurino nas produções audiovisuais para o cinema. Assim, será viável desenvolver concepções próprias que conduzam à problematização e apreensão da questão central desta pesquisa. Ao tratar desses conceitos, é essencial defini-los previamente, para que sua articulação possa ocorrer adequadamente no momento da análise. De acordo com a ordem estabelecida, a primeira discussão foca na moda como fenômeno cultural dentro da sociedade, explorando seu potencial comunicativo e identitário por meio das vestimentas.

2.1 MODA COMO FENÔMENO CULTURAL

A moda está vinculada à vestimenta, ao traje, aos acessórios e a tudo que adorna o indivíduo em sua dimensão material. Nesse sentido, pode configurar-se em sua definição mais básica, apresentada pela socióloga Diana Crane, no livro “A moda e seu papel social”:

O vestuário, sendo uma das formas mais visíveis de consumo, desempenha um papel da maior importância na construção social da identidade. A escolha do vestuário propicia um excelente campo para estudar como as pessoas interpretam determinada forma de cultura para seu próprio uso, forma essa que inclui normas rigorosas sobre a aparência que se considera apropriada num determinado período (o que é conhecido como moda), bem como uma variedade de alternativas extraordinariamente rica. Sendo uma das mais evidentes marcas de status social e de gênero - útil, portanto, para manter ou subverter fronteiras simbólicas -, o vestuário constitui uma indicação de como as pessoas, em diferentes épocas, veem sua posição nas estruturas sociais e negociam - as fronteiras de status. Nos séculos anteriores, as roupas constituíam o principal meio de identificação do indivíduo no espaço público (Crane, 2006, p. 21).

É importante destacar que a moda será abordada em seu aspecto social e cultural, reconhecendo sua capacidade de criação, inovação e transformação dentro da sociedade em que se insere. Embora muitas vezes seja reduzida à condição de mero reflexo, como um espelho que reproduz de forma igualitária o que se observa na realidade, na sociedade e no mundo, como diz o sociólogo e pesquisador francês

Frédéric Godart, especialista em estudos sobre a dinâmica das indústrias criativas, da moda e do luxo, afirmando em *Sociologia da Moda*, que “a moda é uma produção e uma reprodução permanente do social” (Godard, 2010, p. 36), não se pode desconsiderar a importância de enxergar os modos e costumes refletidos nas vestimentas. Contudo, é essencial ressaltar que a moda é um fenômeno complexo, com o poder de não apenas refletir, mas também de propor e transformar o social.

As vestimentas, portanto, estão profundamente ligadas ao contexto histórico, econômico, social e geográfico em que se inserem. Elas carregam significados não verbais relevantes, já que a moda atua como uma forma de comunicação visual, que não depende necessariamente de elementos escritos ou falados. Nesse sentido, a moda não deve ser limitada à condição de espelho, uma vez que seus signos são múltiplos e diversos. Além disso, cada indivíduo se apropria da moda de maneira única, reinserindo-a em um processo contínuo de usos e criações, o que reforça sua complexidade. As variações na escolha do vestuário constituem indicadores sutis de como são vivenciados os diferentes tipos de sociedade, assim como as diferentes posições dentro de uma mesma sociedade (Crane, 2006). Um exemplo marcante desse fenômeno foi a escolha de vestimenta de Melania Trump durante a posse presidencial de Donald Trump, em 2025.

Figura 1 - Melania Trump na posse de seu marido, Donald Trump, 2025.



Fonte: O Globo, 2025.

Para ilustrar a simbologia inerente à moda e seu papel na comunicação visual, podemos analisar o *look* escolhido para a primeira-dama dos Estados Unidos na posse do atual presidente americano Donald Trump, em 2025. Primeiramente, destaca-se a escolha do estilista nova-iorquino Adam Lippes, que evidencia a valorização do “ser nativo” e do apoio à indústria local e nacional, integrando elementos centrais do discurso Trumpista. Especialistas internacionais apontam que a política americana deste segundo mandato está ainda mais voltada para o nacionalismo e o conservadorismo, o que se reflete na estética adotada. Além disso, o rosto da primeira-dama foi parcialmente oculto pelas abas do chapéu, as quais limitaram a visão e a protegeram. A escolha de um chapéu que tampa parte de seu rosto também pode ser vista como uma forma de afastamento da comunicação direta. Por fim, a paleta de cores escolhida – com predominância de azul marinho e toques de branco – remete diretamente aos marinheiros, possivelmente aludindo aos fuzileiros navais, a primeira força bélica americana a entrar em um conflito, reforçando assim o aspecto militar da composição. Esses elementos demonstram como a moda funciona como um sistema de signos, articulando valores e discursos que vão muito além da mera estética e transformam o vestuário em uma ferramenta de comunicação e construção de identidade.

A análise do *look* da primeira-dama demonstra como a moda atua como uma linguagem visual repleta de símbolos e mensagens. Para Daniela Calanca (2008), os termos de linguagem são capazes de explicar as mais diversas realidades sociais. Em outras palavras, os termos de linguagem oferecem uma compreensão das experiências da sociedade por meio de abordagens científicas e sistemáticas. Nesse sentido a autora defende que a moda, ao ser compreendida como um termo de linguagem pode nos oferecer quadro comum de referências e reflexão para uma série de aspectos da vida social. Calanca nos diz que a moda reflete costumes e hábitos que são coletivamente validados por uma determinada sociedade, aludindo a uma “dicotomia temporal entre o “velho” e o “novo”, entre o presente e o passado, entre imobilidade e mobilidade” (Calanca, 2008, p.11). Representando um hábito que ilustra o comportamento e o modo de ser de uma comunidade, o termo costume, dentro da área da moda, deve ser compreendido como uma estrutura regida por um conjunto de normas e de regras coletivas.

Calanca, 2008, p.12, enfatiza que a moda possui um caráter evidente, referindo-se a uma escala de valores ideais aos quais os membros de um determinado contexto histórico, social e cultural tendem a se assemelhar ao máximo. A moda, portanto, emerge quando a mutabilidade dos feitios e dos ornamentos não é mais uma exceção, mas se torna uma regra estável, um hábito e uma norma coletiva, ou seja, um costume. Desse ponto de vista, a moda é sempre um fenômeno de costume.

Além disso, Calanca, 2008, discute a moda como um meio de comunicação de massa que se difunde e se reproduz de maneira própria, inter-relacionando-se com outros sistemas de mídia como o jornalismo especializado, a fotografia, o cinema, o marketing e a publicidade. Por um lado, a moda permite que o indivíduo se expresse e mostre à sociedade sua identidade. Por outro, mesmo tentando revelar sua individualidade, a pessoa é influenciada por grupos de referência, revistas de moda e programas de TV que orientam o que deve ou não ser usado. Nesse sentido, a indústria da moda se caracteriza pelo efêmero e pelas novidades constantes, pois os produtos precisam ser renovados a cada estação para dinamizar o mercado. A moda também é vista como uma forma de arte que pode ser reproduzida e se popularizar, sendo praticada tanto nos ateliês de grandes estilistas quanto no ambiente doméstico.

Historicamente, a moda abrangeu diversos aspectos da vida coletiva, mas se expressou mais claramente na esfera das roupas e do modo de vestir, áreas vistas como teatro das novidades mais espetaculares.

Como objeto de pesquisa, de fato, a indumentária é um fenômeno completo porque, além propiciar um discurso histórico, econômico, etnológico e tecnológico, também tem valência de linguagem, na acepção de sistema de comunicação, isto é, um sistema de signos por meio do qual os seres humanos delineiam a sua posição no mundo e a sua relação com ele. Nessa perspectiva, pode se afumar que o vestir funciona como uma "sintaxe", ou seja, como um sistema de regras mais ou menos constante (Calanca, 2008, p. 16).

A importância atribuída à veste como um meio de conhecer o outro indica uma ligação profunda entre indivíduo e sociedade, particularmente através do corpo. A roupa está diretamente ligada à forma como o indivíduo se relaciona com o próprio corpo e com o meio social, refletindo aspectos de identidade e pertencimento.

A moda vai além do vestuário e toca aspectos profundos da identidade e da percepção pessoal e social. A moda, na visão de Calanca, não apenas reflete a sociedade, mas também a transforma de maneiras significativas. A roupa transforma

constantemente o corpo, estruturando em signos culturais aquilo que o mundo natural possui apenas em potencial. Mesmo sem uma consciência plena disso, ao nos vestirmos, estamos trabalhando sobre a natureza e atribuindo significados culturais ao corpo. Nesse contexto, a roupa pode ser definida como a forma do corpo revestido, e a moda, por sua vez, como uma linguagem do corpo (Calanca, 2008, p. 19).

Mais um exemplo, dessa vez no cenário brasileiro, apresenta o caso da linguagem de comunicação que a Fernanda Torres utilizou nas premiações em que concorreu pelo filme *Ainda estou aqui*, 2024. A atriz utilizou suas escolhas de vestuário como uma extensão da narrativa da obra. O filme se passa na década de 1970, período marcado pela ditadura militar no Brasil, e sua estética reflete essa época. Segundo seu estilista Antônio Frajado, em entrevista à CNN (2024), as produções da atriz mesclam minimalismo, elegância e segurança, com o objetivo de honrar a trajetória da personagem. “O enredo e o respeito pela história sempre guiaram as narrativas das escolhas”, afirmou Frajado (2024). Dessa forma, as roupas de Fernanda Torres não apenas evidenciam sua identidade, mas também funcionam como um manifesto visual, demonstrando como a moda pode ser um poderoso meio de expressão das dinâmicas sociais e culturais do nosso tempo.

Figura 2 - Fernanda Torres na estreia de "Ainda Estou Aqui" no Festival de Veneza em 1º de setembro de 2024



Fonte: Vogue, 2025.

A partir do exemplo das roupas utilizadas por Fernanda Torres nas premiações de *Ainda Estou Aqui*, 2024, percebe-se como a moda, enquanto fenômeno cultural, transcende o aspecto superficial do vestuário para se tornar um reflexo das dinâmicas sociais e identitárias. Suas escolhas de figurino, ao dialogar com o universo do filme e com as tendências contemporâneas, ilustram a complexidade da moda como

sistema de comunicação. Em conclusão, Daniela Calanca (2008, p. 19) reforça essa ideia ao apresentar a moda como um fenômeno cultural multifacetado, que envolve valores sociais, históricos e tecnológicos. Mais do que uma expressão estética, a moda funciona como uma linguagem do corpo, capaz de refletir e moldar padrões culturais e sociais ao longo do tempo. Dessa forma, ela não apenas espelha mudanças superficiais, mas serve como um indicador profundo de transformações culturais e um meio pelo qual os indivíduos expressam e reinterpretam suas identidades.

Esse exemplo evidencia a relação simétrica e dialética entre a moda e a sociedade: a moda molda padrões culturais e identitários, ao mesmo tempo em que é moldada por eles. As escolhas de Fernanda Torres, alinhadas tanto às tendências contemporâneas quanto ao universo simbólico de *Ainda Estou Aqui*, demonstram como a moda atua como uma linguagem viva, que simultaneamente influencia e é influenciada pelas dinâmicas sociais, históricas e tecnológicas. Assim, confirma-se a ideia de que a moda não é apenas um reflexo passivo das transformações culturais, mas também um agente ativo na construção e na reinvenção de identidades e valores coletivos.

2.1.1 O figurino como signo

O figurino, para além de sua função meramente estética, assume um papel crucial na construção visual e narrativa de uma obra teatral ou audiovisual. Em seu livro *A Linguagem da Encenação Teatral*, Jean-Jacques Roubine diz que: “o figurino tem uma função específica, a de contribuir para a elaboração do personagem e também ser um conjunto de forma e cores que intervêm no espaço do espetáculo, e devem, portanto, integrar-se nele” (1982, p. 127). Assim, o figurino não é apenas um adereço superficial; ele desempenha um papel vital na narrativa e na identidade visual da cena, dialogando com o espaço e com a estética geral da obra.

Historicamente, o figurino nem sempre teve a profundidade de significado que possui hoje. Durante muito tempo no teatro ocidental, ele foi tratado como um mero elemento decorativo, sem preocupação com a construção de identidade ou contexto social e psicológico dos personagens. No entanto, com o advento do teatro naturalista, surge uma nova perspectiva em que o figurino começa a ser pensado para se adequar intimamente às peculiaridades psicológicas e sociais do personagem. Roubine

observa que, no naturalismo, o figurino passa a integrar a unidade visual e simbólica da encenação, um processo que os simbolistas também abraçaram ao buscar uma unidade imagética entre figurino e cenário (Roubine, 1982).

Essa diversidade de abordagens na criação do figurino varia não apenas de acordo com as épocas, mas também conforme a visão e estilo dos encenadores. Diretores podem optar por figurinos decorativos, ou preferir um design que se harmonize com a cenografia, ou que adote uma representação mais realista, considerando o contexto histórico, geográfico e social (Roubine, 1982).

O figurino, portanto, vai além da função estética e simbólica na cena. Ele carrega em si a capacidade de refletir e até influenciar o cotidiano, como observado no impacto das telenovelas na moda popular. A escolha de um figurino, assim como a escolha da moda no dia a dia, tem implicações sociais, culturais e até ambientais. Um exemplo de figurino que refletiu na sociedade durante seu período de lançamento foi o filme da Barbie, 2023. Com o intenso trabalho de publicidade em torno do filme, o universo cor-de-rosa da boneca tomou conta das vitrines das lojas, dos cardápios de restaurantes e da vida dos fãs, entre adultos e crianças, no mundo inteiro.

Figura 3 - Barbie com um vestido de verão xadrez cor-de-rosa.



Fonte: Vogue, 2023.

O figurino de Barbie, 2023, criado por Jacqueline Durran, ilustra como as roupas vão além de um adereço superficial, assumindo um papel vital na narrativa e na identidade visual da obra. Como a figurinista explica, “a Barbie está muito ligada à moda, porque a forma como se brinca com ela é vestindo-a” (Durran para Vogue, 2023). Diferente de personagens tradicionais, cujas escolhas de vestuário partem de motivações internas, a Barbie veste-se conforme o contexto em que está inserida e as atividades que realiza. “Trata-se de estar completamente vestida para o seu trabalho ou tarefa”, destaca Durran (2023). Cada traje não apenas reflete a versatilidade da personagem, mas também dialoga com o espaço e a estética de Barbie *Land*, transformando-se conforme as necessidades da narrativa. Essa abordagem reforça que o figurino é uma ferramenta poderosa para comunicar identidade, contexto e significado, integrando-se de forma orgânica à construção visual e temática da obra.

Dessa forma, o figurino se torna não apenas uma peça visual, mas uma extensão da identidade do personagem e da própria narrativa, carregando significados que vão desde a expressão individual até questões mais amplas de classe, história e cultura.

2.1.2 A relação entre figurino e moda

O figurino, assim como a moda, desempenha um papel crucial na construção de identidade e na comunicação visual, inserindo-se em um contexto que transcende o simples ato de vestir-se. No teatro, cinema e outras manifestações artísticas, o figurino vai além de ser um adorno estético; ele é uma ferramenta expressiva que traduz, por meio de trajes, adereços e maquiagem, aspectos culturais, sociais e psicológicos do personagem que representa. Assim como a moda reflete e transforma o tecido social, o figurino tem a capacidade de projetar signos e imagens, ajudando a compor não apenas a narrativa visual da obra, mas também a ambientação histórica, as características pessoais e os símbolos associados ao contexto que está sendo retratado.

No teatro, por exemplo, o figurino é o primeiro contato visual que o espectador tem com o personagem, como sugere Pallottini (1989, p. 64), “o primeiro meio de apreensão que tem o espectador, a sua primeira forma de atingir essa criatura que é

o personagem é a visual. O personagem se mostra, assim inicialmente, sob seu aspecto, digamos, físico”. Esse contato inicial não apenas define uma leitura imediata da figura, mas também permite uma compreensão mais profunda da identidade construída e dos significados atribuídos ao personagem. A partir da indumentária, é possível identificar o tempo histórico, o sexo, a idade e até mesmo traços psicológicos de quem está sendo retratado, estabelecendo assim um processo de significação.

Essa interseção entre figurino e moda revela o caráter social e cultural compartilhado por ambos, visto que cada peça de roupa, tanto na dramaturgia quanto nas ruas, carrega consigo uma carga simbólica que comunica mensagens específicas sobre o indivíduo e o contexto em que ele se insere. No figurino, tal como na moda, a vestimenta serve como uma ponte entre o indivíduo e o coletivo, criando uma narrativa visual que não apenas reflete, mas também transforma e propõe novos significados. Um figurino cuidadosamente elaborado pode desconstruir estereótipos ou acentuar traços que questionam convenções sociais, assim como a moda, ao trazer elementos de vanguarda, desafia padrões e redefine o entendimento de beleza, aceitação e pertencimento. Dessa forma, figurino e moda compartilham uma função de narrativa cultural, onde cada detalhe escolhido colabora para revelar camadas sutis e essenciais da história humana, seja no contexto real ou ficcional.

Assim, a moda e o figurino convergem na ideia de que são mais do que reflexos passivos do mundo ao seu redor; são agentes ativos na construção de identidades e na comunicação de mensagens culturais e sociais. Ao longo desse processo, a subjetividade e a interpretação de quem utiliza essas peças desempenham um papel fundamental, transformando o figurino em uma espécie de máscara que tanto revela quanto oculta, permitindo múltiplas leituras e significados, filtrados pela percepção do espectador.

Um exemplo emblemático de figurino que influenciou a moda e a cultura *mainstream* é o do filme *As Patricinhas de Beverly Hills* (1995). O filme longa metragem, considerado um clássico *cult*, é reconhecido por remodelar a relação entre cinema e moda, utilizando as roupas como ferramenta narrativa para expressar a identidade das personagens. A figurinista Mona May e a diretora Amy Heckerling não seguiram as tendências dominantes da época, optando por uma estética que parecesse olhar para frente, como aparece em entrevista na *Vogue* (2021). Para criar o visual ideal de Cher, a protagonista, May combinou peças de alta costura com

achados de brechó e roupas de lojas populares, resultando em trajés únicos que eram ao mesmo tempo elegantes, femininos e recatados. Um dos destaques é o icônico conjunto amarelo xadrez, composto por um blazer, saia e bota de cano alto. Esse figurino não apenas se tornou um símbolo do filme, mas também traduzia a dualidade da personagem: a blazer estruturada refletia sua confiança e ambição, enquanto a saia curta e as cores vibrantes revelavam sua juventude e irreverência.

Figura 4 - O emblemático figurino xadrez, projetado por Dolce & Gabbana.



Fonte: Vogue, 2020

O impacto cultural de *As Patricinhas de Beverly Hills* (1995) foi tão significativo que transcendeu as telas, influenciando designers e celebridades. Poucas preciosidades da cultura pop tiveram tanto impacto na moda quanto *As Patricinhas de Beverly Hills*, um filme que, segundo a figurinista Mona May, “é realmente sobre a moda do futuro”, misturando peças de brechó, alta-costura e *fast fashion* de forma inovadora — algo que hoje é comum, mas que na época não era tão habitual (Vogue, 2021). Esse fenômeno ilustra como o cinema, ao mesmo tempo que se inspira na moda, também a influencia, criando um diálogo constante entre realidade e ficção. O ideal de moda como construção social, cultural e histórica garante ao figurino cinematográfico símbolos únicos de identidade e pertencimento, construindo narrativas visuais que ressoam com o público. Dessa forma, o figurino se transforma em uma ponte entre a realidade do espectador e a ficção, uma ferramenta que toca o humano e se entrelaça com a trama de forma íntima e emocional.

Dentro do filme, ele vai além da função estética: torna-se um reflexo dos sentimentos e experiências dos personagens, dando vida a quem está na tela. Cada peça escolhida carrega histórias de tempo, lugar e vivência, ajudando a construir uma narrativa visual que humaniza e torna tangível o universo da obra. Como destacam Janote Marques e Regina Almeida no artigo *Figurino e cinema: uma experiência didática na formação acadêmica do designer de moda* (2018), figurino é uma linguagem silenciosa, mas poderosa, que, ao ser traduzida para o público, conta uma história tão rica quanto o próprio roteiro. Assim, o cinema não apenas se apropria da moda, mas também a reinventa, criando um ciclo de influências que molda tanto a cultura visual quanto as identidades individuais e coletivas.

Constituindo-se uma narrativa complexa, o cinema pode representar costumes, retratar histórias vividas ou inspiradas na experiência humana, assim como pode expressar comportamentos e sentimentos de indivíduos e sociedades. Nesse sentido, cinema, moda e indumentária se aproximam, sendo o figurino um elemento importante na narrativa fílmica. (Marques; Almeida, 2018, p. 40).

Com isso, assim como a moda é vista como um processo de significação, o figurino também deve ser compreendido como uma ação sígnica, carregando consigo não apenas o significado imediato de uma época ou personagem, mas também camadas de interpretação que enriquecem a narrativa visual e simbólica da obra artística. Nesse sentido, Marcel Martin (2005) apresentou a divisão em três etapas do figurino, para compreender seu entendimento completo. Na obra *A Linguagem Cinematográfica*, define os figurinos entre realistas, para-realistas e simbólicos: É possível definir, no cinema, três tipos de figurinos:

1 – Realistas: os que são conformes com a realidade histórica, pelo menos nos filmes em que o figurinista se refere a documentos de época e põe à frente das exigências de vestuário das vedetas a preocupação da exatidão.

2 – Para-realistas: quando um figurinista se inspira na moda da época, mas procede a uma estilização.

3 – Simbólicos: quer dizer que a exatidão histórica não tem importância e que o figurino tem como missão traduzir simbolicamente os caracteres, os tipos sociais ou os estados da alma. (Martin, 2005, p. 76-77)

As referências de Marcel Martin exemplificam as diversas abordagens que os figurinos podem assumir, abrindo um leque de possibilidades para figurinistas e enriquecendo a experiência cinematográfica. No caso de *Pobres Criaturas* (2023), o

figurino se enquadra na categoria simbólica, conforme definido por Martin. Aqui, a exatidão histórica não é prioritária; em vez disso, as roupas são usadas para traduzir simbolicamente o desenvolvimento psicológico e emocional da personagem central.

Figura 5 - Bella Baxter em seu vestido de noiva.



Fonte: Marie Clare, 2024.

A imagem escolhida, na qual a personagem veste um vestido de noiva, o figurino desempenha um papel fundamental na caracterização da personagem, refletindo tanto sua condição emocional quanto seu contexto dentro da narrativa. As mangas volumosas e estruturadas remetem à imagem de uma gaiola, sugerindo as limitações sociais e psicológicas que ainda envolvem Bella naquele estágio de sua jornada. Ao mesmo tempo, a transparência do tecido revela sua inocência e

vulnerabilidade, marcando sua falta de experiência em um mundo que ainda lhe é novo e desconhecido.

Esse contraste entre opressão e delicadeza no figurino ressalta a dualidade da personagem: uma mulher em transformação, que, apesar de estar confinada por expectativas e normas externas, está lentamente descobrindo sua autonomia. O vestido de noiva, tradicionalmente associado à pureza e à submissão dentro do contexto vitoriano¹, é reinterpretado aqui como uma peça que simboliza tanto a inocência quanto a capacidade de transcender essas barreiras. A escolha deste traje neste momento específico do filme marca a transição de Bella para uma nova fase de sua vida, ao mesmo tempo que destaca sua luta por liberdade.

Essa construção cuidadosa do figurino não só reforça as temáticas da trama, mas também oferece uma camada visual que comunica ao espectador as nuances internas da personagem. No próximo capítulo, o estudo de caso do figurino em *Pobres Criaturas* aprofundará como essas escolhas estéticas ao longo do filme ajudam a narrar a trajetória de Bella e sua evolução enquanto personagem central.

Após essa introdução teórica sobre moda e figurino, o próximo capítulo se dedica à análise do figurino do filme *Pobres Criaturas*. A investigação foca especialmente nos trajes dos personagens principais, com ênfase em Bella Baxter, destacando como a evolução de suas vestimentas está intrinsecamente ligada ao desenvolvimento da trama e à crítica social presente no filme.

1 O vestido branco de noiva se popularizou na época vitoriana como um símbolo de pureza, status e tradição. O uso de espartilhos e saias volumosas reforçava a imagem de uma mulher recatada e submissa, ideal valorizado naquela sociedade. Assim, o vestido de noiva passou a representar não apenas a inocência da noiva, mas também sua adequação às normas sociais e familiares da época. (Magro; Macedo, 2018)

3 POBRES CRIATURAS: ANÁLISE E SIGNIFICADOS

O figurino no cinema não se limita à função estética; ele é uma ferramenta narrativa poderosa que comunica aspectos profundos da personalidade, do contexto histórico e da evolução das personagens. No filme *Pobres Criaturas*, o figurino de Bella Baxter desempenha um papel central na construção de sua jornada de autodescoberta, liberdade e emancipação. Este capítulo tem como objetivo analisar o figurino do filme. A pesquisa será estruturada em etapas que incluem a análise do roteiro, do cenário e da linguagem cinematográfica, além de uma investigação sobre como texturas, cores e formas refletem a evolução da personagem. Além disso, será considerado o contexto histórico das décadas de 1930 e 1940, período marcado por transformações sociais e políticas que influenciaram a narrativa e a construção dos figurinos.

A pesquisa será conduzida principalmente nas técnicas de comunicação visual e narrativa: investigação das escolhas estéticas e simbólicas que conectam o figurino à moda e à linguagem cinematográfica. A partir disso, utilizaremos de alguns estudos bibliográficos para explicar o que as escolhas das aplicações do figurino comunicam ao público, como o autor Donis Dondis em seu livro *Sintaxe da Linguagem Visual* (2003) para entender como as cores e texturas propõem dados visuais relevantes para nossa análise.

Essa abordagem permitirá uma compreensão abrangente de como o figurino de Bella Baxter reflete sua jornada de emancipação e crítica aos sistemas de opressão da época.

3.1 APRESENTAÇÃO DO FILME

Pobres Criaturas, 2023, dirigido por Yorgos Lanthimos, é uma obra cinematográfica que mistura elementos de ficção científica, drama e surrealismo. O filme apresenta uma narrativa única que acompanha a trajetória de Bella Baxter, uma mulher que passa por uma transformação extraordinária após um experimento conduzido pelo excêntrico cientista Dr. Godwin Baxter.

A trama se desenrola na Europa, no final do século XIX, em meio ao contexto da época vitoriana, período marcado por grandes avanços técnicos, científicos e industriais, mas também por intensas contradições, como a disseminação de doenças, a violência e altas taxas de mortalidade. Além disso, foi uma época em que o comportamento sexual de homens e mulheres era rigidamente regulado por normas sociais e morais bastante conservadoras. (Santana; Senko, 2016). O filme se desenrola em um universo visualmente intrigante e estilizado, onde os temas de identidade, autonomia e descoberta são explorados de forma provocativa. A cinematografia do filme, com seu uso peculiar de ângulos e composições, contribui para a atmosfera fantasiosa e fantástica da história. O design de produção, repleto de detalhes extravagantes, reforça a estética vitoriana distorcida que permeia o longa, criando um ambiente que desafia a lógica convencional e mergulha o espectador em um mundo de fantasia e estranheza.

3.1.1 Apresentação dos personagens e figurinos

O figurino de *Pobres Criaturas* desempenha um papel fundamental na construção dos personagens e na narrativa visual do filme. Assinado pela figurinista Holly Waddington, o guarda-roupa reflete a evolução dos personagens, suas personalidades e a atmosfera única da obra.

A narrativa do filme conduz o espectador por um percurso psicológico, refletido diretamente na evolução do figurino de Bella Baxter. Seu guarda-roupa acompanha sua transformação de uma mulher infantilizada e controlada para uma figura autônoma, consciente de sua sexualidade e liberdade.

No início da história, quando Bella ainda está nos estágios iniciais de seu desenvolvimento, agindo e se comportando como uma criança recém-nascida, as imagens aparecem em preto e branco. Seu cérebro, ainda na fase infantil, está em processo de amadurecimento dentro de um corpo adulto, e sua jornada é marcada por descobertas sobre si mesma e sobre o que significa ser uma mulher na sociedade. Nesse primeiro momento, sua inocência e pureza são evidentes, e isso se traduz diretamente em suas roupas. Como podemos observar na figura abaixo, seu figurino remete ao vestuário infantil, com o uso de matelassê para criar um efeito acolchoado, além de babados que reforçam essa estética lúdica.

Figura 6 - Os trajes que Bella usou nas primeiras cenas que aconteceram em casa a capturam em uma personalidade mais infantil.



Fonte: Vogue, 2023.

Outra característica marcante de seu vestuário inicial é o despojamento e a assimetria. Bella frequentemente aparece descalça, vestindo apenas roupas íntimas na parte inferior, enquanto a parte superior é composta por silhuetas volumosas e espumosas. Muitas vezes, seus trajes parecem inacabados, como se ela estivesse se vestindo ou se despindo no meio do processo — uma clara alusão ao comportamento de uma criança que, ao longo do dia, vai tirando suas roupas sem muita preocupação. Esse é um dos trajes mais simbólicos dessa fase é inspirado na estrutura de uma gaiola usada sob os vestidos femininos do período vitoriano, reforçando visualmente sua condição de reclusão e dependência.

A silhueta adotada nesse momento é predominantemente ampulheta, caracterizada por ombros e quadris com medidas semelhantes, e uma cintura visivelmente mais fina, criando um formato curvilíneo e equilibrado um formato tradicionalmente associado à feminilidade no vestuário histórico. No entanto, essa silhueta é desconstruída pela forma como Bella usa suas roupas, desafiando a rigidez do ideal feminino imposto pela sociedade da época.

A definição da silhueta é essencial nas etapas preliminares do processo de desenvolvimento do design a fim de determinar quais partes do corpo serão

destacadas e por quê. Uma vez decidida, cabe ao estilista e ao modelista ponderarem sobre como o modelo pode ser materializado e, se necessário, sustentado e estruturado por meio de armações e suportes. (Santos; Mendes, 2017, p. 3, *Apud*: Fischer, 2010).

No figurino de Bella, essa ideia é subvertida, pois, embora a base estrutural da silhueta ampulheta esteja presente, ela é intencionalmente fragmentada e usada de forma desleixada, reforçando visualmente sua falta de pertencimento às normas sociais e sua liberdade ainda em construção.

Essas escolhas estéticas não são meramente decorativas, mas desempenham um papel essencial na construção da personagem. Através dessas referências visuais, o figurino comunica sua vulnerabilidade, sua falta de experiência com o mundo exterior e o processo gradual de libertação que a acompanhará ao longo do filme.

Figura 7 - Os trajes que Bella usou nas primeiras cenas que aconteceram em casa a capturam em uma personalidade mais infantil.



Fonte: Pobres Criaturas, 2023.

A relação entre cor e percepção também envolve significados culturais e subjetivos. Como afirma Dondis:

A cor não apenas tem um significado universalmente compartilhado através da experiência, como também um valor informativo específico, que se dá através dos significados simbólicos a ela vinculados. Além do significado cromático extremamente permutável da cor, cada um de nós tem suas preferências pessoais por cores específicas. Escolhemos a cor do nosso ambiente e de nossas manifestações. (...) Revelamos muitas coisas ao mundo sempre que optamos por uma determinada cor. (2003, p. 69-70)

Esse aspecto da cor e sua influência na forma pode ser observado na jornada de Bella em seu processo de descoberta e amadurecimento. Quando ela começa a demonstrar curiosidade pelo mundo ao seu redor, expressando desejos de liberdade e autonomia, Godwin Baxter, seu criador, tenta protegê-la das possíveis ameaças do mundo externo. God a acolhe e tenta moldar seu comportamento e visão de mundo, acreditando que, sob sua proteção, Bella estará segura e poderá evoluir dentro de limites controlados. Esse contexto explica sua decisão de sugerir que Max McCandles, seu assistente, se case com Bella e assine um termo de confinamento, buscando evitar que ela enfrente riscos ou influências que ele considera prejudiciais antes de alcançar um maior grau de maturidade. No entanto, quando o advogado Duncan visita a casa e conhece Bella, ele percebe sua ingenuidade e a convence a fugir com ele para Lisboa. A partir desse momento, a evolução de Bella se reflete não apenas em seu comportamento, mas também em sua vestimenta. Conforme sua mente se expande e ela experimenta novas possibilidades de vida, suas roupas passam por uma transformação marcante: tornam-se mais fluidas, coloridas e ousadas, simbolizando sua descoberta da liberdade e da autonomia. As texturas leves e os cortes que permitem movimento reforçam a ideia de uma personagem em constante transformação, aprendendo a se expressar e a ocupar espaços que antes lhe eram negados. Essa mudança na vestimenta evidencia a estreita relação entre cor, forma e expressão individual dentro do design, mostrando como a estética visual pode comunicar significados profundos e subjetivos.

Figura 8 - Bella quando chega em Lisboa e começa seu despertar.



Fonte: The New York Times, 2023.

O resultado é despreocupado e emocionante. Ao ser introduzida ao mundo, vestindo um casaco azul e calções de seda amarelo-creme, refletindo a alegria e otimismo da personagem nesse novo momento. É também onde ela começa a explorar de fato sua sexualidade, expressa através de trajes viscerais que explodem com babados rosados e espumosos. São peças que trazem traços orgânicos, não de uma forma sexualizada, mas sim inspirado em partes do corpo, pulmões e órgãos, dando a sensação de vida e respiração do corpo, referenciando as texturas que estão dentro do corpo humano, para que você conheça os babados da tripa ou a esponjosidade da gordura ou a suavidade do fígado, mas também conchas, corais e outras criaturas marinhas. Nesse momento as texturas se sobressaem e comunicam. Segundo Dondis:

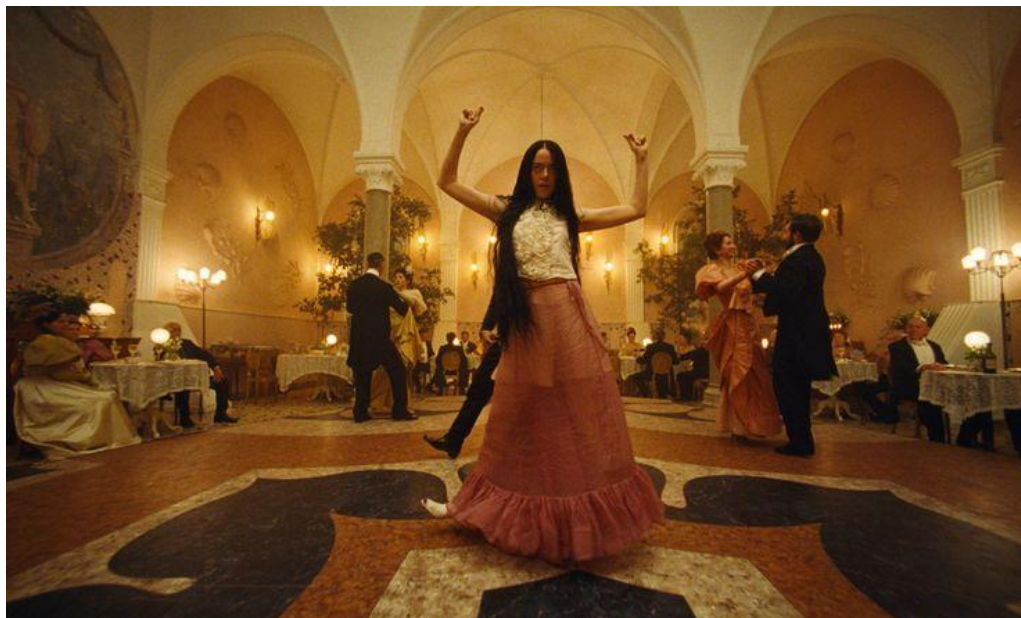
A textura é o elemento visual que com frequência serve de substituto para as qualidades de outro sentido, o tato. Na verdade, porém, podemos apreciar e reconhecer a textura tanto através do tato quanto da visão, ou ainda mediante uma combinação de ambos. (...) Onde há uma textura real, as qualidades táteis e óticas coexistem, não como tom e cor, que são unificados em um valor comparável e uniforme, mas de uma forma única e específica, que permite à mão e ao olho uma sensação individual, ainda que projetemos sobre ambos um forte significado associativo (Dondis, 2003, p.70).

A relação entre textura e percepção sensorial, como destacado por Dondis (2003), se manifesta fortemente na evolução dos figurinos de Bella. Suas roupas deixam de ser apenas um meio de cobertura e passam a comunicar sua jornada

interna. O uso de babados volumosos e texturas orgânicas não apenas remetem ao interior do corpo humano, mas também despertam uma sensação quase tátil, como se o espectador pudesse sentir a suavidade das formas e a fluidez dos tecidos. Esse efeito é amplificado pela maneira como as peças interagem com a luz e o movimento, reforçando a ideia de que a textura, além de um elemento visual, pode transmitir sensações físicas e emocionais. Assim, a roupa de Bella transcende sua função estética e se torna uma extensão de seu próprio corpo e identidade, dando forma a sua redescoberta e libertação. Segue exemplo de um momento cuja personagem veste uma saia longa volumosa, construída com camadas de babados na parte traseira, simulando o efeito visual da anquinha vitoriana, mas sem utilizar a estrutura real por baixo. Essa escolha é fundamental: a silhueta sugere a estética da época, mas de forma mais orgânica, fluida e livre, o que se alinha com a jornada da protagonista.

Ao evitar a rigidez do suporte da anquinha, o figurino mantém a referência histórica, mas a desmonta e ressignifica — refletindo a autonomia crescente de Bella. Aqui, a personagem se apropria da forma, mas a molda à sua maneira.

Figura 9 - Uma das primeiras cenas que Bella se veste sozinha.



Fonte: The New York Times, 2023.

A narrativa de *Pobres Criaturas* se passa em um período marcado por conflitos globais, como a Segunda Guerra Mundial, e pela ascensão de regimes totalitários na Europa. Esse contexto histórico influencia diretamente os comportamentos e as

interações dos personagens, especialmente em relação ao papel social da mulher. Naquela época, as mulheres ainda lutavam por direitos básicos, como o voto e a liberdade de expressão, e eram frequentemente relegadas a papéis submissos e domésticos.

Dessa forma, a saia transparente, que permite visualizar o calção por baixo, transmite de forma visual e imediata a ideia de incompletude ou desordem, como se faltassem camadas de roupa no traje que, dentro do contexto histórico, seriam obrigatórias para a mulher estar devidamente vestida. No entanto, essa falta é justamente o que transforma o *look* em um símbolo de autonomia e ruptura.

A forma como Bella se apresenta — sem a anquinha, com os babados estruturais expostos e improvisados, e com o calção aparente sob a saia — revela que ela ainda está aprendendo a performar sua individualidade, inclusive através da vestimenta. O figurino se torna um reflexo direto da personagem naquele momento: curiosa, crua, incompleta e livre.

Essa liberdade, ainda que instintiva e desordenada, se desdobra em momentos posteriores em que a roupa passa a incorporar elementos contraditórios, refletindo a complexidade de sua jornada. Vestida com um longo vestido branco, volumoso e estruturado, com mangas bufantes e textura marcada, a personagem evoca ao mesmo tempo inocência e excesso. A escolha do branco, em contraste com o ambiente fortemente saturado em tons dourados e amarelados do quarto, reforça sua presença como um corpo deslocado — uma figura quase fantasmagórica ou onírica dentro de um espaço que transborda sensualidade, luxo *kitsch* e artificialidade.

Esse contraste cromático e simbólico amplia a percepção de Bella como uma personagem que transita entre mundos — o puro e o profano, o infantil e o adulto, o instintivo e o construído — sendo a própria roupa o meio por onde essas camadas se manifestam, se confundem e, muitas vezes, se rompem.

As mangas bufantes e a gola alta remetem a silhuetas vitorianas² mas o exagero nas proporções traz uma leitura contemporânea e caricata. O figurino parece

² Período Vitoriano: é a moda repleta de volumes, forma balão, mangas fofas, muitos babados, rendas e gola alta.

brincar com a ideia de pureza e castidade, ao mesmo tempo em que a cena e o contexto sugerem desejo, cansaço e ruptura. As mangas bufantes e a gola alta remetem às silhuetas típicas da era vitoriana, mas o exagero nas proporções imprime ao figurino uma leitura contemporânea e até caricatural. O traje parece ironizar os símbolos tradicionais de pureza e castidade, enquanto o contexto da cena sugere, simultaneamente, desejo, exaustão e ruptura. A estética do figurino atua quase como uma armadura, não apenas pela sua estrutura volumosa, mas também pela carga simbólica que carrega. As mangas amplas e pregueadas formam uma moldura rígida em torno do tronco de Bella, restringindo seus movimentos e conferindo-lhe uma presença imponente e defensiva. A gola alta e fechada limita a mobilidade do pescoço e da cabeça, evocando a austeridade das vestimentas do século XIX, que historicamente também funcionavam como dispositivos de controle sobre o corpo feminino. O tecido encorpado, que sustenta as pregas e volumes, reforça a ideia de rigidez, transformando o traje em algo simultaneamente decorativo e protetor — belo, mas sufocante. Assim, o traje se configura como uma verdadeira armadura estética, que limita a liberdade de Bella e evidencia o conflito entre a forma e a função, entre sua busca por autonomia e os códigos visuais que a cercam.

Figura 10 - Bella em seu vestido branco, com tecido listrado e mangas bufantes transparentes.



Fonte: Pobres criaturas, 2023.

Ao ingressar no ambiente do bordel, a personagem Bella passa por uma transformação estética que reflete uma nova etapa em sua jornada de autoconhecimento e experimentação corporal. Seus figurinos, antes marcados por texturas orgânicas, cores suaves e volumes fantasiosos, tornam-se momentaneamente mais contidos, adotando um caráter funcional e simbólico. É nesse contexto que surge uma das peças mais comentadas do figurino: a capa translúcida em látex, amplamente associada à aparência de uma camisinha. A escolha dessa peça carrega um forte valor metafórico, funcionando como um marcador visual da transição de Bella para uma fase em que ela se apropria do próprio corpo como meio de exploração e comércio, mas não como instrumento de reprodução.

Figura 11 – O icônico ‘casaco camisinha’ usado pela personagem.



Fonte: Marie Clare, 2024.

Ao mesmo tempo em que protege e revela, essa vestimenta explicita a consciência da personagem sobre os códigos sociais que envolvem o corpo feminino, funcionando quase como uma armadura, uma forma de preservar sua autonomia em um espaço tradicionalmente vinculado à objetificação. O figurino sinaliza, assim, não

apenas uma mudança narrativa, mas também um reposicionamento simbólico da personagem diante da sexualidade. Mesmo em meio ao ambiente erotizado do bordel, Bella continua a subverter expectativas ao manter elementos como babados exagerados e cores vibrantes, como o amarelo gema, reforçando a construção de uma sensualidade que dialoga com a fantasia e a inocência, mais do que com a lógica convencional da sedução. O figurino no bordel, portanto, sintetiza de forma visual a complexidade da protagonista, marcando um momento de ruptura e amadurecimento em sua trajetória.

Nas cenas ambientadas no bordel parisiense, o figurino assume uma estética inesperada, rompendo com os estereótipos tradicionalmente associados a esse tipo de ambiente. Segundo a própria figurinista, a intenção era construir uma paleta visual que contrastasse com a imagem clássica do bordel — evitando cores como preto e vermelho e, sobretudo, peças como espartilhos, que ela associa simbolicamente à opressão e à escravidão feminina. Neste momento específico, a cena evidencia corpos femininos com os seios à mostra e o uso intenso de peças translúcidas, reforçando um jogo visual que, ao mesmo tempo, desnuda e protege. A transparência das roupas atua como metáfora para a vulnerabilidade e exposição dessas mulheres, mas também para a artificialidade do espaço em que estão inseridas. As jaquetas amplas e os volumes exagerados, como o bolero amarelo de plumas, criam um contraste irônico com a nudez aparente, instaurando uma atmosfera que oscila entre o desconforto, a sátira e o artifício. O figurino, assim, não apenas compõe a cena esteticamente, mas também potencializa a quebra narrativa pretendida pelo filme, colocando em xeque padrões históricos de representação feminina e erotização no cinema. Além dos trajes de Bella, o restante da figuração também segue essa lógica, reforçando uma quebra estética e narrativa que contribui para a originalidade do filme.

Figura 12 – Cena dentro do bordel.



Fonte – Pobres Criaturas, 2023.

Nesse período, Bella continua seus estudos de filosofia e começa a frequentar reuniões socialistas com um casaco escuro e botas — um afastamento total da exuberância de sua aparência anterior, mas mantendo seu capricho e irreverência característicos. Conforme explica a figurinista Holly Waddington em entrevista à *Vogue*, “A essa altura, Bella percebe que será médica, então ela compra um terno adequado” (Waddington 2023). A figurinista detalha ainda que “ela e sua amiga ToINETTE têm jaquetas grandes que eram muito populares na França naquela época. Esta peça é baseada em uma jaqueta original – na verdade é uma cópia carbono, mas com menos acabamentos. Mas Bella não colocou a saia junto, porque ela ainda não aprendeu a fazer essas coisas, então ela só está com as pernas nuas e essas botas vitorianas” (Waddington, 2023). Waddington complementa: “Acho que a vemos com esse visual sentada primeiro, então você pensa: Ah, ela se mistura agora com todos esses homens de terno. Então ela se levanta e você vê as pernas dela e pensa: Não, ela ainda é Bella...” (Waddington, 2023).

Figura 13 – Bella em seus trajes universitários.



Fonte: FFW, 2023.

No clímax de sua jornada, Bella veste peças mais estruturadas e sofisticadas, que refletem sua maturidade e a confiança adquirida ao longo da trama. Essas escolhas de figurino não apenas acompanham sua evolução emocional, mas também reforçam a crítica ao papel social da mulher na época, destacando a luta por direitos e a busca por igualdade.

Ao descobrir que God está doente, Bella retorna à casa onde sua jornada começou. Dessa vez, ela veste um sobretudo preto e calças do mesmo tom, uma escolha que contrasta com a exuberância de seus trajes anteriores. Esse visual sóbrio reflete não apenas sua maturidade, mas também sua busca por compreender seu passado e suas origens. Após esse momento de introspecção e descoberta, Bella propõe casamento ao assistente de God, a quem havia prometido sua mão antes de partir para explorar o mundo. Esse ato simboliza uma reconciliação com seu passado

e uma aceitação de sua trajetória, ao mesmo tempo em que reforça sua autonomia ao tomar a iniciativa de propor o casamento.

O vestido de noiva que Bella veste nessa cena é um dos figurinos mais emblemáticos do filme. As mangas estruturadas, exageradamente inchadas, evocam uma sensação de confinamento, remetendo a uma gaiola que simboliza as limitações sociais e psicológicas que ainda a cercam. O véu delicado e quase transparente, juntamente com os cortes circulares que servem como adornos, contrastam com a rigidez das mangas, representando sua vulnerabilidade e a dualidade entre opressão e autonomia. No caso de Bella, o vestido de noiva encapsula sua jornada: a gaiola das mangas remete ao controle que ainda tenta exercer sobre ela, enquanto a transparência do véu e os detalhes circulares revelam sua essência verdadeira e sua luta por liberdade.

Esse traje também reflete a crítica ao papel tradicional da mulher no casamento, especialmente no contexto histórico do filme, em que o matrimônio era frequentemente visto como uma instituição opressora. Ao vestir um vestido que combina elementos de restrição (as mangas estruturadas) e liberdade (o véu transparente e os cortes adornados), Bella desafia as expectativas sociais e reafirma sua complexidade como personagem. Como destaca Durand (2009), “a moda e o figurino são meios poderosos para expressar contradições e transformações, tanto individuais quanto coletivas” (Durand, 2009, p. 78).

Figura 14 - Bella em seu casamento.



Fonte: Marie Clare, 2023.

Ao ter seu casamento interrompido pelo homem que foi seu marido em sua vida anterior, Bella decide abandonar a cerimônia e acompanhá-lo na tentativa de entender seu passado. Ao voltar para sua antiga vida, ela veste um traje que remete à era vitoriana: um vestido longo em tom bronze, com mangas bufantes e uma estrutura rígida, confeccionado em tecidos luxuosos e detalhes ricos, como os desenhos em viés dourado nas laterais do vestido e nas mangas. Esse traje evidencia uma mudança significativa na trajetória de Bella, tanto estética quanto simbólica. A escolha do tecido acetinado, com brilho intenso e superfície lisa, confere ao figurino uma aparência sofisticada, quase artificial, que reforça a ideia de distanciamento emocional e de uma tentativa deliberada de adequar-se a um papel social que já não lhe cabe. As mangas

volumosas e estruturadas remetem novamente à estética vitoriana, mas aqui com linhas mais angulosas e rígidas, evocando um senso de formalidade e controle.

Os detalhes em veludo, visíveis nas listras e nas pregas escuras, introduzem uma textura rica e opulenta, contrastando com a suavidade e o brilho do tecido principal. A gola alta, somada ao desenho geométrico do busto e aos detalhes arquitetônicos, reforça a sensação de rigidez e clausura, como se o figurino fosse uma moldura impositiva que Bella precisa habitar temporariamente, mas que já não consegue conter sua verdadeira identidade.

Assim, esse traje não apenas emoldura um momento de crise e virada na narrativa, mas também visualiza, por meio de suas características materiais e formais, a complexidade emocional e simbólica do percurso de Bella: um corpo adornado, porém sufocado, que já não pertence àquele espaço ou papel social, e que precisa romper com ele para afirmar sua autonomia.

Figura 15 - Bella em trajes vitorianos.



Fonte: Marie Clare, 2024.

No encerramento do filme, Bella veste uma gola creme de tricô e saia marrom, um visual que contrasta radicalmente com os trajes exuberantes e infantis do início de sua jornada. Essa escolha de figurino reflete sua maturidade e adaptação a um mundo novo, no qual ela se dedica aos estudos e desfruta de sua liberdade. O visual é adulto e discreto, mas ainda mantém um toque de irreverência — como as mangas que, mesmo nesse contexto sóbrio, não são convencionais, reforçando que Bella, mesmo transformada, ainda carrega sua essência única. Os babados, os tecidos espumosos e os tons pastéis que caracterizaram seus trajes anteriores desaparecem, simbolizando sua evolução e a consolidação de sua identidade.

Figura 16 - Bella na cena de encerramento.



Fonte: Vogue, 2024.

Assim, o traje final de Bella não apenas encerra sua narrativa, mas também sintetiza sua trajetória de autodescoberta, liberdade e resiliência.

O figurino de Bella Baxter reflete essa tensão entre opressão e liberdade. Enquanto suas roupas iniciais remetem à submissão e ao controle, sua evolução visual simboliza a resistência às normas sociais e a busca por autonomia. A crítica à moralidade e aos sistemas de opressão da época é evidente na maneira como o figurino de Bella contrasta com as expectativas tradicionais para as mulheres, destacando sua jornada como uma metáfora para a luta feminista. Trazendo muitas vezes uma alusão a sociedade atual e a criticando. A seguir temos uma linha do tempo de seu figurino, evoluindo conforme o personagem:

Figura 17 – Linha do tempo do figurino de Bella Baxter



Fonte: Moodboard desenvolvido pela autora.

Além disso, o contexto histórico é refletido nas escolhas de figurino dos outros personagens, que frequentemente vestem trajes que remetem à rigidez e ao conservadorismo da época. Essa oposição visual entre Bella e os demais personagens reforça a narrativa de emancipação e crítica social presente no filme.

O figurino em *Pobres Criaturas* não apenas veste os personagens, mas também atua como uma linguagem visual que complementa a narrativa. A figurinista utilizou técnicas específicas para comunicar a evolução de Bella Baxter, como a escolha de cores, texturas e formas que refletem suas emoções e transformações. Segundo Marques e Almeida (2018), "o figurino é uma ferramenta narrativa que, quando bem utilizada, pode transmitir informações sobre a personalidade, o status social e o estado emocional dos personagens" (Masques; Almeida, 2018, p. 45).

O figurino do filme também estabelece um diálogo profundo com a moda, tanto do período retratado quanto da contemporaneidade. A figurinista buscou inspiração nas tendências das décadas de 1930 e 1940, mas adaptou-as para refletir a personalidade e a jornada de Bella. Segundo Durand (2009), "o figurino cinematográfico frequentemente reinterpreta a moda de uma época, criando uma estética que é ao mesmo tempo familiar e inovadora" (Durand, 2009, p. 78).

No caso de Bella, as roupas combinam elementos históricos, como as mangas bufantes e as silhuetas, com detalhes modernos que enfatizam sua individualidade e liberdade. Essa mistura de estilos não apenas reflete a evolução da personagem, mas também ressoa com o público contemporâneo, que reconhece no figurino uma crítica às normas sociais e uma celebração da autonomia feminina.

Além disso, o figurino de *Pobres Criaturas* estabelece um diálogo profundo com a moda, reinterpretando tendências históricas e inspirando novas possibilidades criativas. A combinação de elementos das décadas de 1930 e 1940 com detalhes modernos não apenas reflete a personalidade e a jornada de Bella, mas também ressoa com o público contemporâneo, destacando a relevância do filme como uma crítica atemporal aos sistemas de opressão.

Dessa forma, *Pobres Criaturas* se consolida como um exemplo notável de como o figurino pode ser utilizado para contar histórias ricas e complexas, reforçando o poder do cinema como um meio de expressão cultural e artística. A análise do figurino de Bella Baxter não apenas enriquece a compreensão da obra, mas também

destaca a importância do vestuário como uma ferramenta de comunicação e transformação social.

Dando continuidade à pesquisa, o próximo capítulo se dedica à análise da marca escolhida para o desenvolvimento da coleção inspirada no figurino do filme. A seguir, serão explorados o posicionamento da marca, seu público-alvo, os valores que orientam suas criações e sua linguagem visual, com o intuito de alinhar a proposta da coleção conceitual aos códigos já estabelecidos pela marca TIG no mercado da moda.

4 A ESCOLHA DA MARCA TIG

A marca escolhida como estudo de caso é a TIG. Essa escolha foi motivada pela relevância da marca no cenário da moda nacional e pela conexão com o público-alvo da coleção que será desenvolvida. As informações deste capítulo foram obtidas a partir de pesquisas institucionais, materiais oficiais da marca e análises de mercado.

Criada em 2003 por Renata Figueiredo e Adriana de Mauro, a TIG se consolidou como uma referência na moda brasileira, com coleções que antecipam tendências e traduzem modernidade e sofisticação. Seu DNA é marcado por estampas exclusivas e modelagens impecáveis, que valorizam a silhueta feminina e proporcionam elegância com um toque contemporâneo, conforme Renata Figueiredo em entrevista para a revista MetrÓpole.

A TIG acredita na potência da mão de obra nacional e mantém sua produção 100% no Brasil. A marca controla todas as etapas do processo produtivo em sua fábrica própria, garantindo qualidade desde a concepção das peças até os acabamentos.

Suas coleções são voltadas para mulheres que buscam novidades constantes em seu guarda-roupa, equilibrando feminilidade e informação de moda. O compromisso com a excelência e a valorização do mercado brasileiro fazem da TIG uma escolha estratégica para a criação da coleção, que seguirá a essência sofisticada e atual da marca.

Figura 18 – Logotipo utilizado pela marca.



TIG

Fonte: TIG, 2025.

Para aprofundar a pesquisa sobre a marca e seu posicionamento no mercado, serão utilizadas duas ferramentas estratégicas: o mix de marketing, por meio da análise dos 4P's e pesquisa a de público.

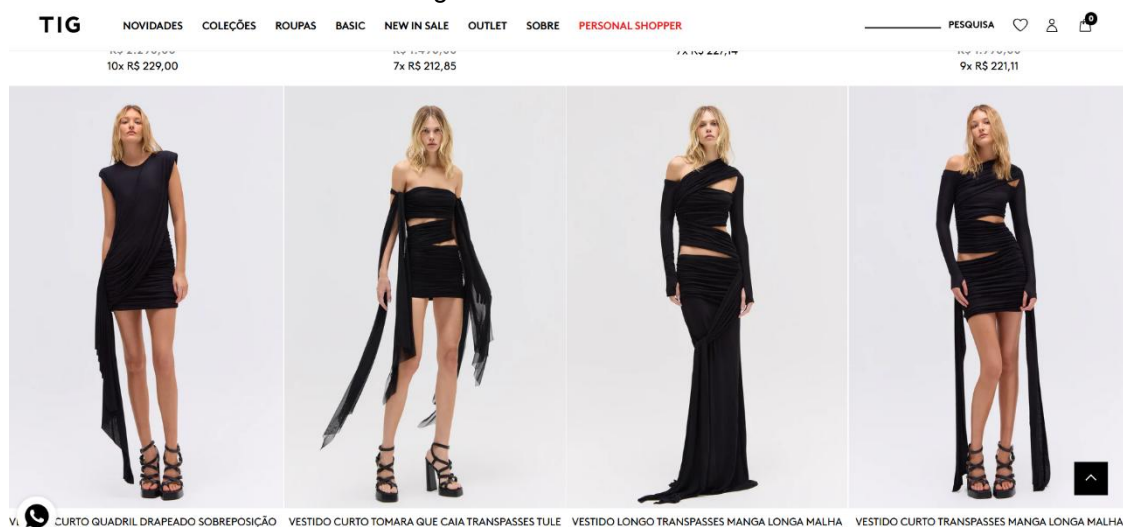
Segundo Kotler (2006), o marketing tem como objetivo criar, promover e fornecer bens e serviços aos clientes, identificando suas necessidades para desenvolver produtos de sucesso. Além disso, o mix de marketing é a junção de ferramentas que uma organização usa para conseguir atingir seus objetivos principais de marketing no mercado, sendo composto por quatro elementos fundamentais: Produto, Preço, Praça e Promoção. Esses fatores abrangem desde as características do produto até a forma como ele é distribuído, o valor cobrado e as estratégias de comunicação utilizadas para promovê-lo. Diante disso, a análise dos 4P's da marca estudada torna-se essencial para compreender suas estratégias e seu posicionamento no mercado.

4.1 COMPOSTO DE MARKETING

Produto e preço

Segundo Kotler e Keller (2006), o produto é tudo aquilo que pode ser disponibilizado no mercado com o objetivo de atender a uma necessidade ou desejo. Isso inclui bens físicos, serviços, experiências, eventos, pessoas, lugares, propriedades, organizações, informações e ideias. O site da marca é categorizado da seguinte forma: Novidades, coleções, roupas, *basic*, *new in sale*, *outlet*, sobre e *personal shopper*, uma aba que te direciona ao whatsapp do vendedor.

Figura 19 – Site da marca



Fonte: Tig, 2025.

Na TIG, o sortimento da marca contempla uma ampla variedade de peças, como vestidos, tops, blusas, *t-shirts*, camisas, *bodies*, *blazers*, coletes, calças, casacos, jaquetas, moletons, tricôs, saias, *shorts*, macacões, além de itens em *tweed* e *jeans* — conforme categorizado pela própria marca na subdivisão da aba “roupas” em seu site.

Para uma análise inicial mais detalhada, este capítulo apresenta um estudo sobre os preços, materiais, tamanhos disponíveis e frequência de atualização dos produtos, com as informações organizadas em tabelas e acompanhadas de imagens retiradas diretamente do site da marca.

A TIG realiza lançamentos mensais, identificando cada coleção com o número do *drop* correspondente ao mês, como TIG 001 (janeiro), TIG 002 (fevereiro) e assim por diante, até dezembro.

A marca se destaca pelo uso de texturas, camadas, assimetrias e recortes diferenciados, que conferem sofisticação e modernidade às peças. Os tamanhos variam do PP ao G, e do 34 ao 44, com uma tabela detalhada no site contendo as medidas específicas de cada modelo, além da indicação do tamanho usado pela modelo nas fotos. Em relação aos materiais, a viscose é predominante nas composições, muitas vezes combinada com elastano para maior conforto e ajuste ao corpo. A marca também utiliza poliamida, crepe, algodão, cetim e linho, o que garante diversidade de texturas e caimentos ao longo das coleções.

Tabela 1 e 2 – Estilo de tabela disponível no site informando as medidas da peça.

Medidas da peça

	PP	P	M	G
Busto	72cm	76cm	80cm	84cm
Cintura	60cm	64cm	68cm	72cm
Quadril	86cm	90cm	94cm	98cm
Comprimento	145cm	146cm	147cm	148cm

Fonte: Tig, 2025.

Medidas da peça

	34	36	38	40	42
Busto	82cm	86cm	92cm	96cm	100cm
Cintura	114cm	118cm	122cm	126cm	130cm
Quadril	128cm	132cm	136cm	140cm	144cm
Comprimento	74cm				78cm
		75cm	76cm	77cm	

Fonte: Tig, 2025.

A seguir, será apresentada uma análise por *drop*, focando na proporção do sortimento, com o objetivo de avaliar a quantidade de produtos oferecidos pela marca e a distribuição entre as diferentes categorias que compõem o seu mix de produtos. A análise contempla, principalmente, a relação entre peças inteiras, como vestidos, partes de cima e partes de baixo, bem como a média de preços praticada em cada uma dessas categorias.

Tabela 3 – análise do *drop* TIG 001

PRODUTOS	MENOR PREÇO	MAIOR PREÇO	MATERIAIS	GRADE	FREQUÊNCIA
VESTIDOS	R\$ 790,00	R\$ 2890,00	malha, tule, tricoline, cetim, linho	PP/P/M/G	17
BLUSA	R\$ 290,00	R\$ 1490,00	malha, cetim, tule, seda	PP/P/M/G	19
BLAZER	R\$ 1590,00	R\$ 1590,00	crepe	PP/P/M/G	1
CALÇA	R\$ 990,00	R\$ 2.690,00	jeans, tricoline, cetim, sarja	PP/P/M/G	7
SAIA	R\$ 790,00	R\$ 1.290,00	tricoline, malha, tule, crepe	PP/P/M/G	5
SHORT	R\$ 590,00	R\$ 590,00	sarja	PP/P/M/G	1

Fonte: Autoral, 2025.

O primeiro *drop* desse ano da marca, o TIG 001, apresenta uma composição de produtos que equilibra versatilidade e sofisticação, com destaque para os vestidos e blusas, que aparecem com maior frequência. Os vestidos, com 17 unidades, e as blusas, com 19 unidades, demonstram o foco da marca em peças-chave para o guarda-roupa feminino contemporâneo. Os modelos se destacam pelas modelagens fluídas, assimétricas e sensuais, muitas vezes acompanhadas de detalhes em renda e transparência. A alfaiataria também marca presença no *drop*, com peças em listrado azul e bege que remetem à estética clássica e atemporal, trazendo contraste entre o casual e o elegante.

A escolha dos materiais está alinhada com os tecidos mais utilizados pela marca, como malha com elasticidade, tule, cetim, tricoline e linho. Essas matérias-primas contribuem diretamente para o caimento fluido das peças e para a proposta de conforto com sofisticação. A cartela de cores gira em torno do preto, caramelo e azul, que aparecem tanto nas peças lisas quanto nas estampadas, criando uma unidade visual entre os diferentes modelos da coleção.

Com uma faixa de preço que vai de R\$ 290,00 a R\$ 2.890,00, o *drop* oferece opções acessíveis, com materiais como malha e modelagens mais básicas, e peças premium, com modelagens trabalhadas e tecido como a seda, ampliando seu alcance no mercado. A proposta do TIG 001 é traduzir a feminilidade sob uma ótica contemporânea, transitando entre o minimalismo urbano e a delicadeza sensual, com forte apelo comercial e estético.

Tabela 4 – análise do *drop* TIG 002

PRODUTOS	MENOR PREÇO	MAIOR PREÇO	MATERIAIS	GRADE	FREQUÊNCIA
VESTIDOS	R\$ 790,00	R\$ 2490,00	malha, tule, crepe, tafetá, cetim, linho	P/M/G 34/36/38/40/42/44	12
BLUSA	R\$ 320,00	R\$ 1990,00	malha, cetim, tule	PP/P/M/G	32
CALÇA	R\$ 890,00	R\$ 1.890,00	jeans, tricoline, crepe, cetim, linho, sarja, algodão	P/M/G 34/36/38/40/42/44	11
SAIA	R\$ 590,00	R\$ 1.990,00	malha, jeans, paete, tule, crepe, cetim	P/M/G 34/36/38/40/42	13
SHORT	R\$ 490,00	R\$ 1.290,00	algodão e linho	P/M/G 34/36/38/40/42	2
BIQUINI	R\$ 590,00	R\$ 590,00	lycra	P/M/G	1
JAQUETA	R\$ 1.890,00	R\$ 1.890,00	linho	P/M/G	1

Fonte: Autoral, 2025.

Nesse segundo *drop*, a marca mantém sua identidade visual e de produto, reforçando o equilíbrio entre sensualidade e sofisticação, mas avança na proposta estética ao explorar com mais ênfase o brilho e os acabamentos marcantes. Elementos como aplicações em tule e cetim ganham destaque, assim como o uso do paetê, que reforça a atmosfera festiva e glamourosa da coleção. Um dos grandes destaques desse *drop* é a introdução da estampa autoral chamada “Copacabana”, que traz imagens de mulheres tomando sol, remetendo a uma estética solar, tropical e ao mesmo tempo provocativa.

A estrutura do mix de produtos segue a lógica do *drop* anterior, com maior frequência nas partes de cima. As blusas são o item mais recorrente, somando 32 unidades, e são acompanhadas por uma única jaqueta em linho, o que reforça a atenção dada ao *styling* superior do *look*. No entanto, diferentemente do *drop* anterior, nota-se um maior equilíbrio na oferta de partes de baixo: saias (13), calças (11) e shorts (2) totalizam 26 modelos, o que permite uma maior versatilidade nas combinações e amplia as possibilidades de uso das peças. As peças únicas também seguem presentes, com 12 vestidos que mantêm as modelagens fluidas e o apelo sensual da marca.

A cartela de materiais mantém coerência com a identidade da TIG, incluindo malha, tule, cetim, crepe, tricoline, linho e tafetá. O paetê e o algodão aparecem como novidades, assim como a lycra, utilizada exclusivamente em uma peça de biquíni. A faixa de preço continua variando amplamente, com itens que vão de R\$ 320,00 a R\$ 1.990,00 nas blusas, e chegando até R\$ 2.490,00 nos vestidos e R\$ 1.890,00 nas jaquetas e calças, reforçando o posicionamento da marca como premium, com alguns produtos mais acessíveis. A grade também se mostra democrática, com a predominância dos tamanhos P, M e G, e presença de numeração estendida (do 34 ao 44) em categorias como calças, saias e shorts.

Tabela 5 – análise do *drop* TIG 003

PRODUTOS	MENOR PREÇO	MAIOR PREÇO	MATERIAIS	GRADE	FREQUÊNCIA
VESTIDOS	R\$ 890,00	R\$ 2590,00	malha, tule, crepe, tafetá, cetim, linho	P/M/G 34/36/38/40/42/44	16
BLUSA	R\$ 260,00	R\$ 2.190,00	malha, renda, cetim, tule, linho	PP/P/M/G	33
CALÇA	R\$ 590,00	R\$ 2.690,00	jeans, tricoline, crepe, cetim, linho, sarja, algodão	P/M/G 34/36/38/40/42/44	13
SAIA	R\$ 590,00	R\$ 1.590,00	malha, jeans, tafetá, tule, crepe, renda	P/M/G 34/36/38/40/42	9
BLAZER	R\$ 2.590,00	R\$ 2.590,00	crepe	34/36/28/40/42	2
CASACO	R\$ 2.990,00	R\$ 2.990,00	linho	P/M/G	1

Fonte: Autoral, 2025.

No terceiro *drop* da TIG, a marca reafirma sua proposta de sofisticação contemporânea com toques de sensualidade e elegância. A continuidade nos materiais utilizados reforça a identidade já consolidada nos lançamentos anteriores, mantendo o uso predominante de tecidos como malha, tule, crepe, cetim, tafetá,

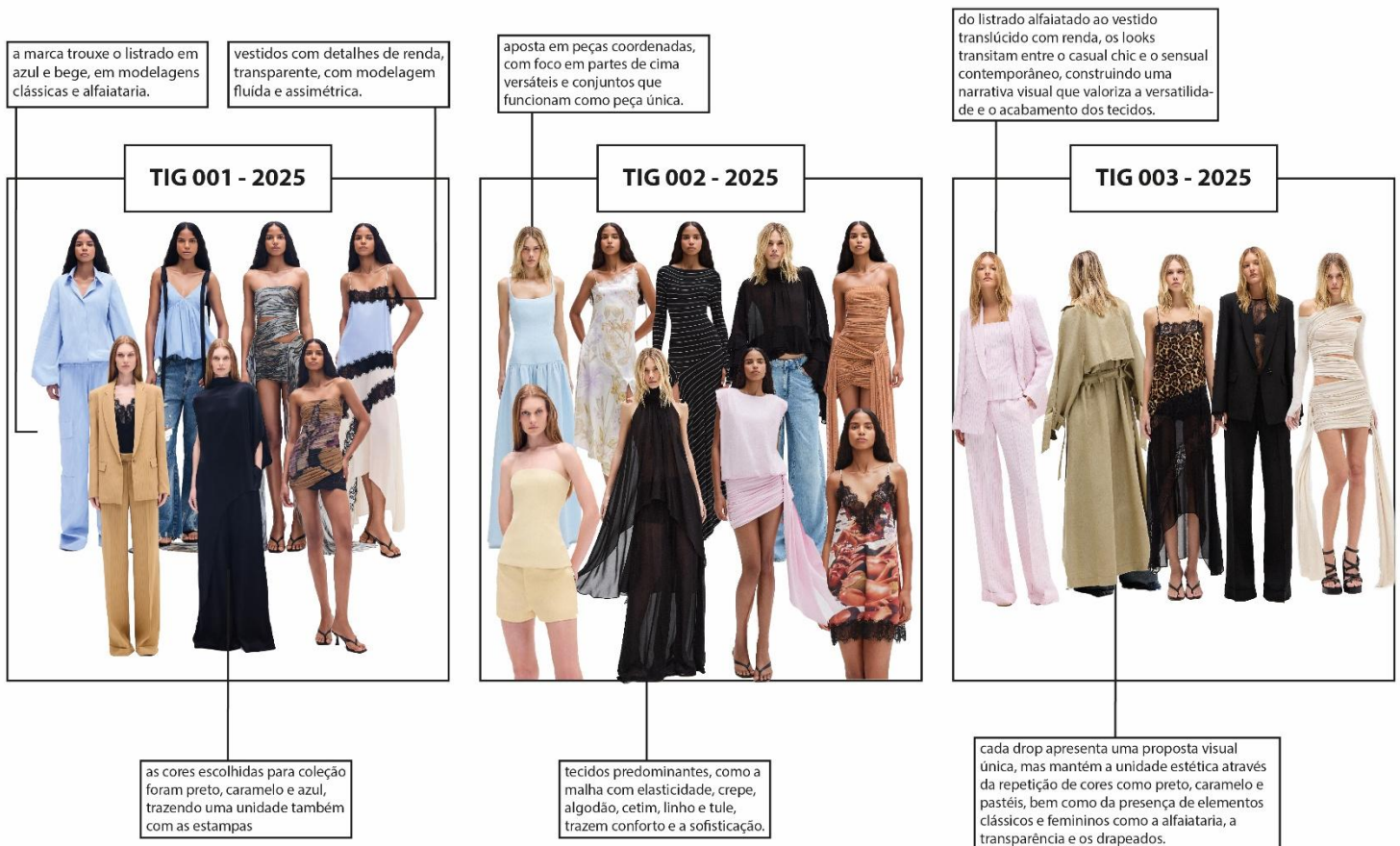
tricoline, jeans e linho — agora somados à renda, que aparece em peças estratégicas para adicionar ainda mais delicadeza e apelo visual.

O sortimento evidencia, mais uma vez, a preferência da marca pelas peças de cima: as blusas são o item mais frequente da coleção, com 33 modelos, variando de R\$ 260,00 a R\$ 2.190,00 — um indicativo claro da versatilidade e amplitude de oferta dentro dessa categoria. A grade de tamanhos continua democrática, abrangendo do PP ao G, com reforço da numeração tradicional (34 ao 44) em diversas categorias.

Em termos de partes de baixo, há uma boa distribuição com 13 calças e 9 saias, que apresentam uma variedade de materiais — como jeans, sarja, tafetá e renda — permitindo explorar desde propostas mais casuais até *looks* sofisticados. Os vestidos seguem sendo uma categoria forte na TIG, com 16 modelos, indo de R\$ 890,00 até R\$ 2.590,00, reforçando seu papel como peças-chave dentro das coleções.

Entre as novidades do *drop*, surgem blazer (2 peças) e casaco (1 peça), demonstrando a entrada na coleção de outono. O blazer aparece exclusivamente em crepe, enquanto o casaco é confeccionado em linho, ambos com posicionamento de preço mais alto, o que reforça a percepção premium dessas peças. Com isso, o terceiro *drop* da TIG dá continuidade à estética e ao posicionamento desenvolvidos anteriormente, mantendo o equilíbrio entre desejo e usabilidade.

Figura 20 – Moodboard coleções 2025.



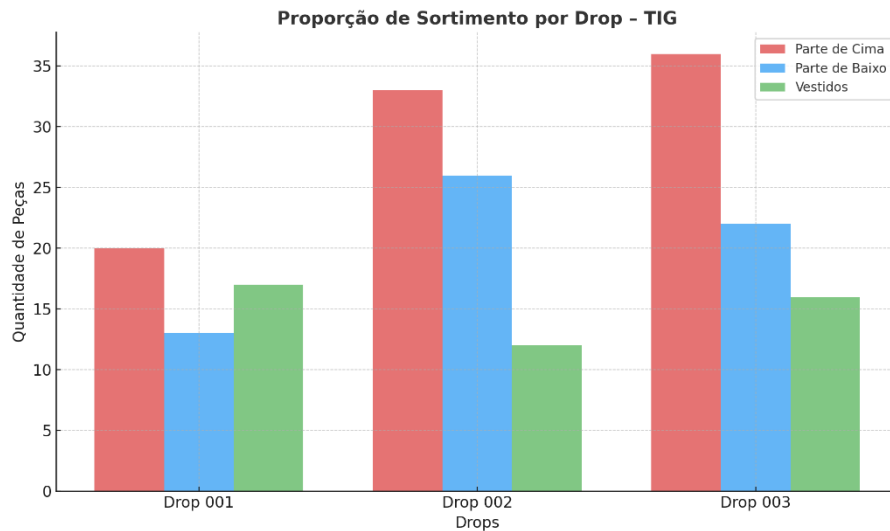
Fonte: Autoral, 2025.

Ao analisar os três *drops* da marca TIG, é possível observar uma consistência na priorização de peças de parte de cima, como blusas, jaquetas, blazers e casacos. No primeiro *drop*, havia uma distribuição mais equilibrada entre partes de cima (20 peças), partes de baixo (13 peças) e vestidos (17 peças). Já no segundo *drop*, nota-se um aumento expressivo nas peças de cima (33), mas também um crescimento nas opções de partes de baixo (26), sugerindo uma busca por maior equilíbrio no sortimento. No terceiro *drop*, a marca manteve a força nas partes de cima (36 peças), mas reduziu a variedade de partes de baixo (22), retomando a estratégia de foco no que parece ser o carro-chefe da marca.

Um ponto interessante é que muitas das blusas e saias apresentadas nas coleções parecem ter sido desenvolvidas de forma coordenada, criando conjuntos que, ao serem usados juntos, remetem à ideia de peça única. Ainda assim, essa construção pensada oferece ao público a possibilidade de múltiplas combinações e maior versatilidade no uso do guarda-roupa. Os vestidos, por sua vez, mantêm

presença estável ao longo dos *drops*, com leves variações, reforçando seu papel como peça-chave — mas não majoritária — no sortimento. A análise geral evidencia uma identidade bem definida na TIG, que valoriza composições sofisticadas e funcionais, principalmente através da força de seu vestuário superior. A seguir, um gráfico com os números analisados sobre a proporção de sortimento por *drop*:

Gráfico 1 – proporção de sortimento segundo os *drops* da marca TIG.



Fonte: Autoral, 2025.

Referente a preço, a variação é significativa e está diretamente relacionada aos materiais empregados e às técnicas de construção das peças. Malhas com modelagens simples e tradicionais, como regatas ou camisetas básicas, podem custar a partir de R\$ 260,00. Em contrapartida, blusas confeccionadas com o mesmo material, porém com técnicas mais elaboradas — como drapeados, recortes assimétricos ou sobreposições — podem ultrapassar os R\$ 900,00. Vestidos, que representam uma das categorias mais expressivas da marca, variam entre R\$ 700,00 e R\$ 2.400,00, a depender da complexidade da peça e do tecido utilizado.

A seguir, um *moodboard* com alguns exemplos de peças e seus respectivos preços:

Figura 21 – Moodboard preço



Fonte: Autoral, 2025.

Essa diversidade de preços dentro da coleção permite que a TIG atinja diferentes perfis de consumidoras dentro do público *premium*, oferecendo tanto opções mais acessíveis para o dia a dia sofisticado quanto itens de maior valor agregado para eventos ou produções mais elaboradas. Essa amplitude no sortimento contribui para consolidar o posicionamento da marca como referência em moda festa contemporânea, sem renunciar à versatilidade no uso de suas peças.

Praça

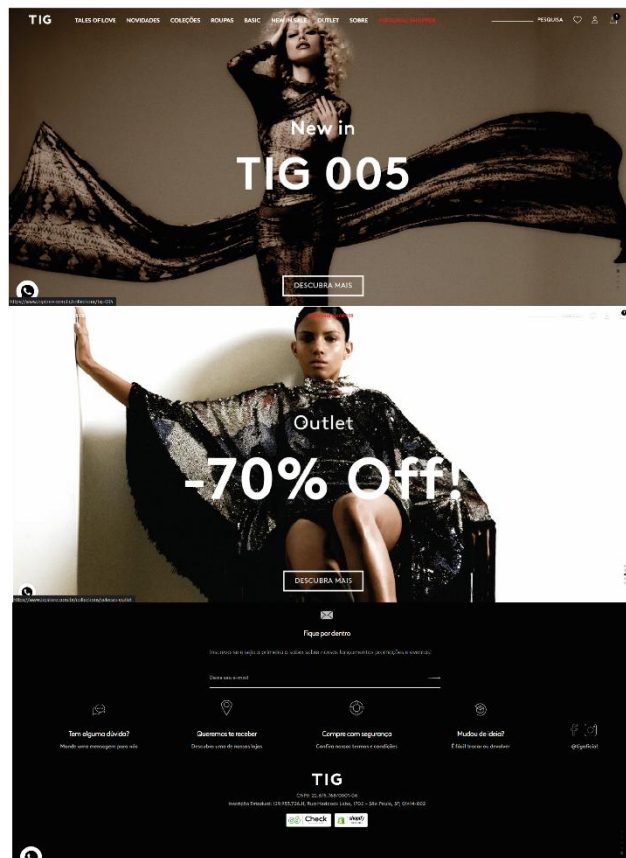
A estratégia de distribuição da TIG é estruturada de forma a preservar a exclusividade de seus produtos e a coerência com seu posicionamento premium. Dentro do composto de marketing, o elemento “Praça” compreende diversos fatores fundamentais para o acesso do consumidor aos produtos da marca: canais de venda, cobertura geográfica, sortimento oferecido por ponto de venda, localização das lojas, gestão de estoque e transporte.

A TIG opera exclusivamente através de canais próprios, sendo eles o *e-commerce* oficial e cinco lojas físicas localizadas na cidade de São Paulo. A escolha por canais controlados diretamente pela marca possibilita uma curadoria completa da

experiência de compra e da comunicação com o público, garantindo o alinhamento estético e comercial entre os diversos pontos de contato.

Apesar de restrita fisicamente à capital paulista, a TIG expande sua cobertura nacional por meio do comércio eletrônico, alcançando consumidoras de todo o Brasil. O site oficial disponibiliza todas as coleções lançadas mensalmente, com descrições detalhadas dos produtos, imagens editoriais e informações de medidas, permitindo uma experiência de compra digital compatível com o universo da marca.

Figura 22 – *Printscreen* da página inicial do site da marca.



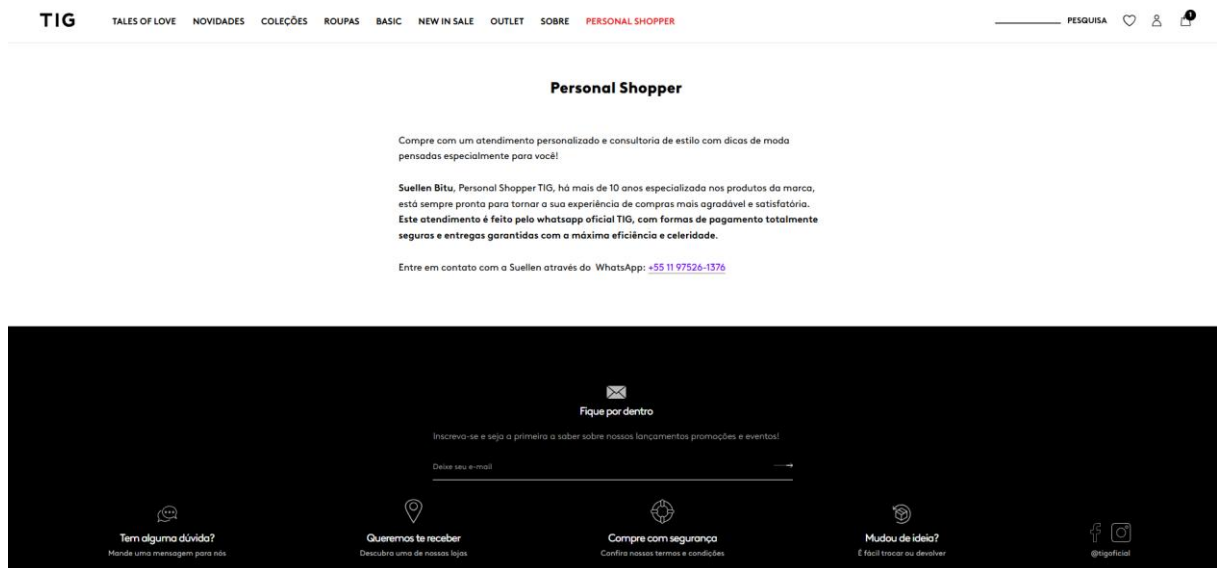
Fonte: Site TIG, 2025.

Ao simular a finalização de uma compra pelo *e-commerce*, observa-se que a marca oferece opções de entrega via Correios, com as modalidades PAC (prazo de 4 a 7 dias úteis) e SEDEX (prazo de 2 a 5 dias úteis). Isso permite ao consumidor escolher entre um serviço mais rápido ou mais econômico, com base em sua urgência e localização.

Além disso, o *e-commerce* da marca oferece suporte ao cliente por meio de uma aba intitulada “*Personal Shopper*”, que direciona o consumidor diretamente ao

atendimento via WhatsApp. A plataforma também conta com seções como “Ajuda” e “Trocas e Devoluções”, proporcionando assistência eficaz diante de dúvidas ou eventuais problemas, o que contribui para uma experiência de compra mais segura e personalizada.

Figura 23 – Aba do site “Personal Shopper”.

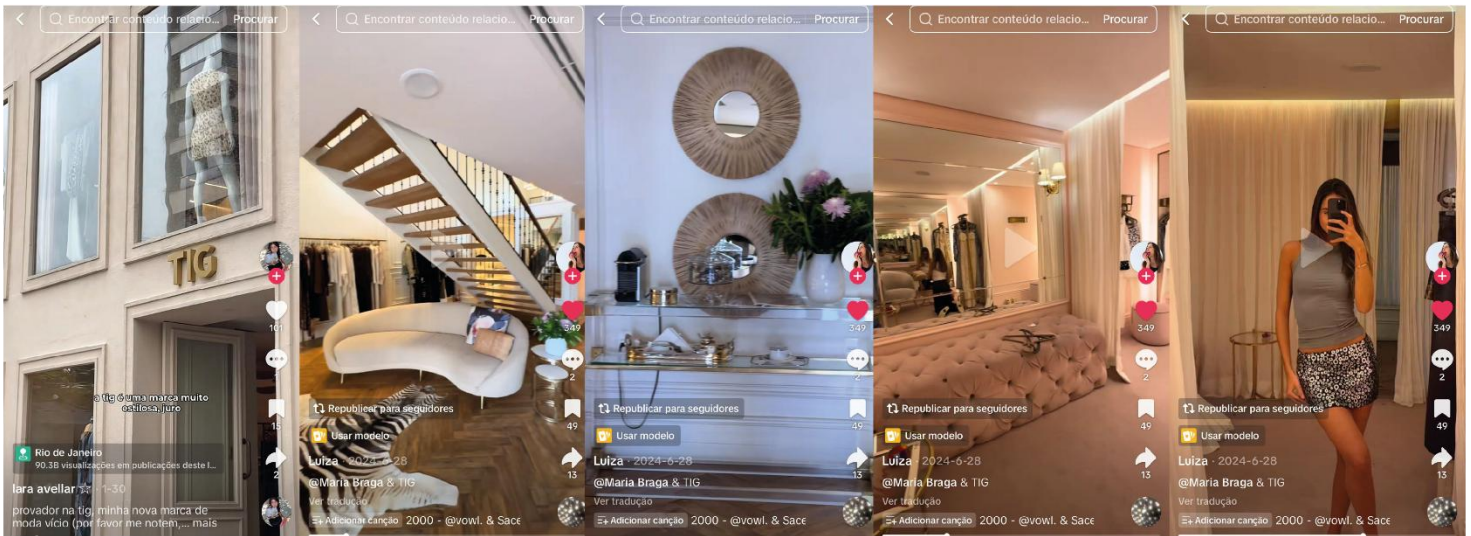


Fonte: Site TIG, 2025.

Já nas lojas físicas a marca oferece um sortimento adaptado ao seu público e espaço, mas sempre alinhado com o calendário de lançamentos mensais. O sortimento é composto por categorias variadas como vestidos, tops, camisas, calças, saias, macacões, entre outros, com foco em peças de maior valor agregado, como vestidos e tops elaborados. A organização do sortimento no ambiente físico favorece o *styling* de coordenados, algo também reforçado no *e-commerce* por meio de sugestões de combinação entre peças.

As cinco lojas físicas da TIG estão situadas em regiões estratégicas e de alto padrão da cidade de São Paulo, como Shopping Cidade Jardim e shopping centers renomados, o que reforça seu posicionamento de sofisticação e exclusividade. A escolha dos pontos de venda considera o público-alvo da marca, oferecendo ambientes refinados, atendimento personalizado e arquitetura de loja que comunica os valores da TIG.

Figura 24 – Capturas de tela de vídeos de provadores de clientes da marca TIG.



Fonte: Tiktok, 2025.

A TIG evidencia uma estratégia de distribuição altamente qualificada e exclusiva, focada no fortalecimento da experiência física de compra em seus pontos de venda. As imagens analisadas — capturadas por clientes e divulgadas espontaneamente no TikTok — revelam aspectos importantes da ambientação da loja e do comportamento do consumidor nesse espaço.

A fachada da loja reforça um posicionamento sofisticado, com vitrine ampla que exhibe peças cuidadosamente selecionadas, funcionando como um convite visual elegante. O letreiro minimalista e dourado complementa essa imagem de sofisticação e luxo.

No interior, a disposição dos móveis e a decoração confirmam a preocupação da marca com a experiência sensorial. A loja apresenta um ambiente clean, com móveis em tons claros, elementos naturais como madeira e palha, e uma iluminação quente, que proporciona aconchego e conforto. Destacam-se o sofá curvado e o tapete felpudo, que criam zonas de descanso e contemplação, além dos espelhos estrategicamente posicionados, ampliando o espaço e favorecendo a experimentação das peças.

Outro aspecto relevante é o provador: espaçoso, bem iluminado e com cortinas de tecido que reforçam a privacidade e o conforto da cliente. A presença recorrente de registros feitos pelos consumidores nesse ambiente demonstra que o espaço não apenas cumpre sua função prática, mas também se tornou um local “instagramável”, estimulando a criação de conteúdo espontâneo nas redes sociais, como o TikTok.

Esse comportamento indica que a TIG investe em uma ambientação que favorece a interação digital, transformando seus pontos de venda físicos em poderosas ferramentas de comunicação e branding.

Assim, a praça da TIG não se limita ao espaço físico, mas se estende ao ambiente digital, onde os clientes, ao compartilharem suas experiências, ampliam organicamente a visibilidade da marca e consolidam seu posicionamento aspiracional.

Promoção

A comunicação da TIG é pautada por um discurso sofisticado, contemporâneo e intimista. A marca utiliza predominantemente o Instagram como principal canal de divulgação, onde compartilha editoriais, campanhas, vídeos de bastidores e imagens de *lookbooks* que reforçam a estética da marca. Com uma identidade visual bem definida, a TIG aposta em conteúdos que destacam as texturas, os recortes e a fluidez das peças, reforçando o caráter sensorial e emocional da roupa.

Figura 25 – Capturas de tela do perfil da marca no Instagram.



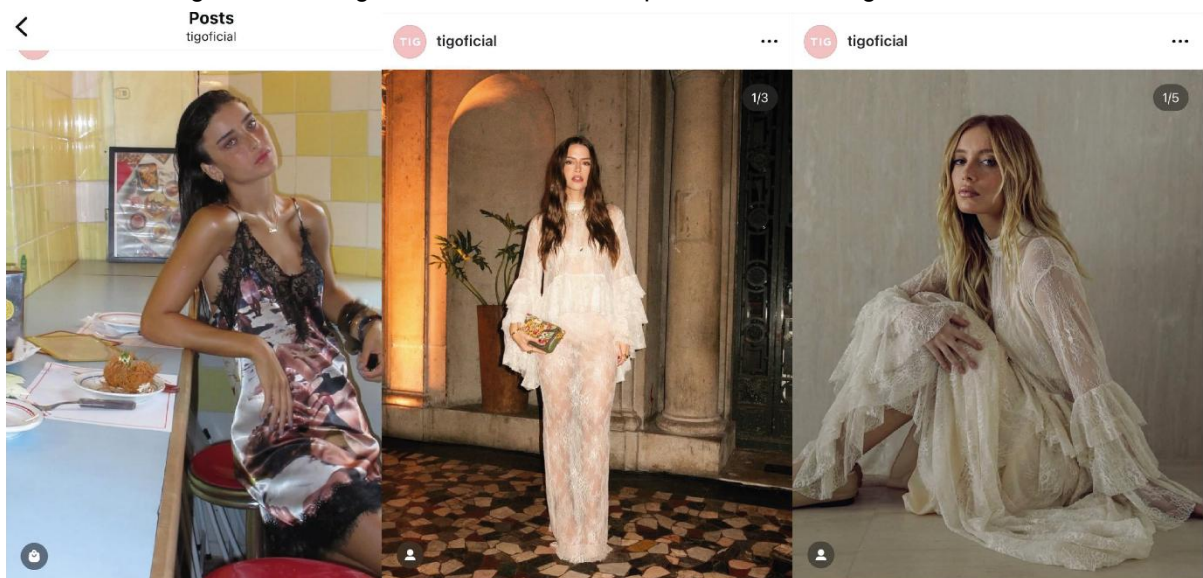
Fonte: Instagram da TIG, 2025.

As campanhas são protagonizadas por mulheres que representam um ideal de feminilidade moderna e confiante, alinhando-se com os valores de liberdade, autenticidade e empoderamento. A marca investe também em vídeos *fashion film* para o lançamento de *drops* mensais, criando um *storytelling* visual coeso entre os produtos e a narrativa proposta.

A TIG investe fortemente em estratégias de promoção que reforçam seu posicionamento como uma marca sofisticada, desejada e alinhada com as tendências de moda internacionais. Um dos pilares dessa estratégia são as campanhas e ativações com influenciadoras que dialogam diretamente com o perfil de cliente da marca: mulheres de classe alta, sofisticadas, cosmopolitas e com alto poder aquisitivo.

Entre as principais influenciadoras que frequentemente vestem TIG e colaboram com a divulgação da marca estão Livia, Lele Burnier e Maria Braz.

Figura 26 – Imagens de influenciadoras presentes no instagram da marca.



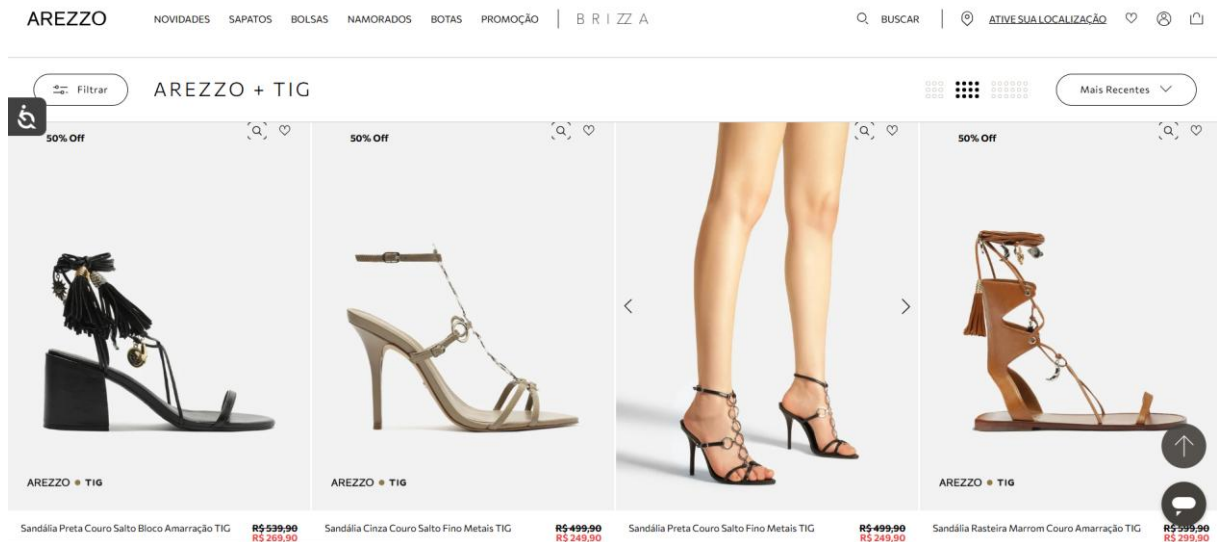
Fonte: Instagram da TIG, 2025.

Essas influenciadoras não apenas possuem um público fiel, mas também moldam comportamentos e tendências entre mulheres que buscam inspiração em figuras públicas que representam sucesso, estilo e bom gosto. As campanhas com elas criam identificação direta com o público-alvo da marca, além de potencializar o alcance e o desejo pelas peças.

Além das ações com influenciadoras, a TIG também adotou uma estratégia de parcerias estratégicas com outras marcas premium, como a *collab* TIG + Arezzo. A união entre as duas marcas fortalece a presença da TIG no universo da moda,

ampliando sua visibilidade para o público da Arezzo — consumidoras que valorizam design, qualidade e exclusividade em calçados e acessórios.

Figura 27 – *Collab* com a marca TIG presente no site da Arezzo.



Fonte: Arezzo, 2025.

Essa colaboração representa um movimento inteligente onde ambas as marcas se beneficiam do prestígio e da base de clientes uma da outra. Para a TIG, essa parceria consolida ainda mais seu posicionamento no segmento de luxo acessível, criando produtos desejados e altamente divulgados por meio de campanhas integradas e eventos exclusivos.

No geral, as ações promocionais da TIG são alinhadas com sua proposta de valor: comunicar moda, sofisticação e estilo de vida através de experiências de marca que transcendem o produto e geram desejo e pertencimento.

Além disso, ações de relacionamento como a aba “*Personal Shopper*”, que direciona para o atendimento personalizado via WhatsApp, e e-mails marketing segmentados por interesse, atuam como forma de aproximação com a base de clientes, promovendo um atendimento mais exclusivo e direcionado.

4.1.1 Público-alvo

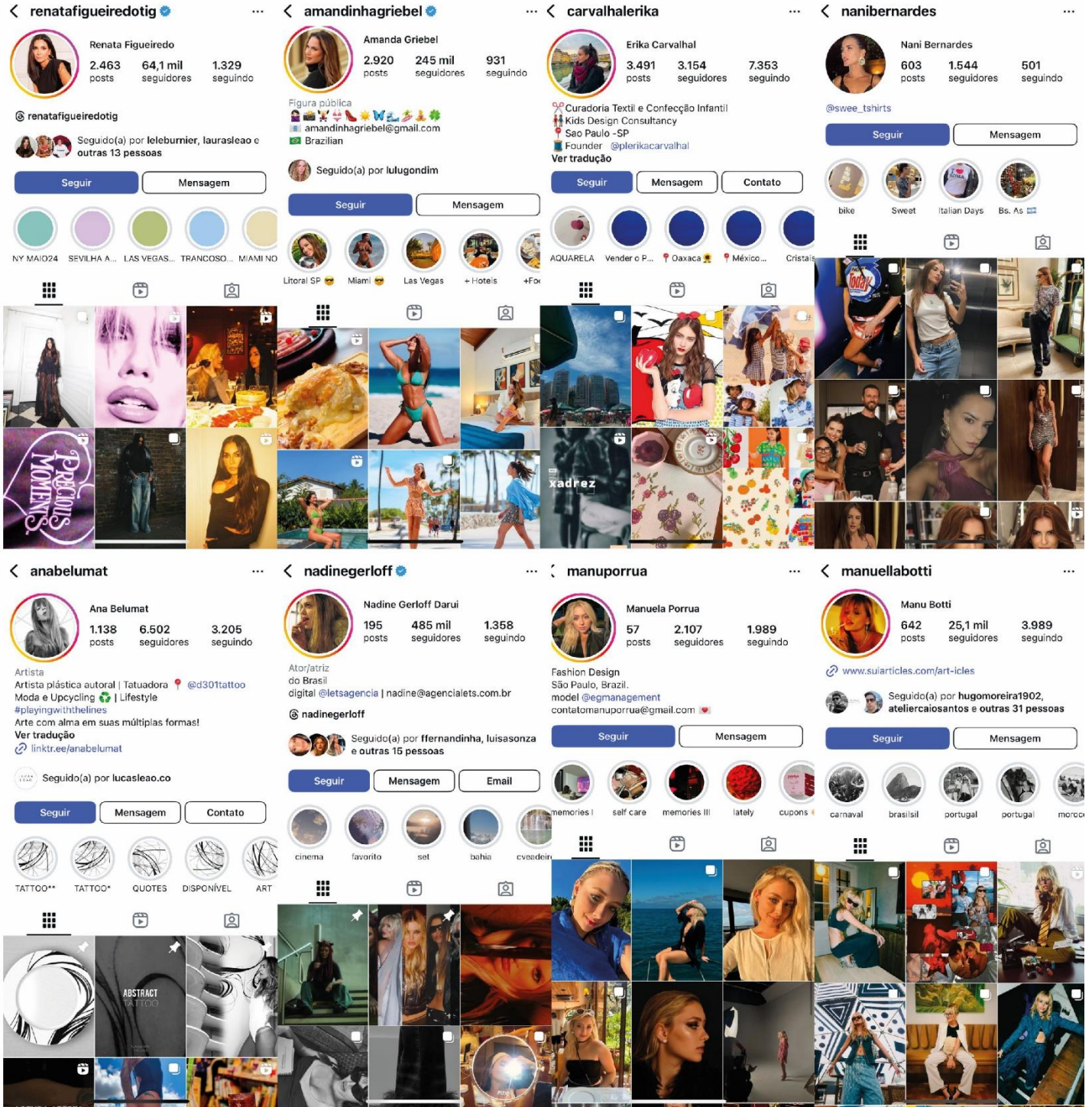
A compreensão do público-alvo é fundamental para o direcionamento estratégico de uma coleção de moda. Segundo Posner (2016, p. 108-109), entender quem são os consumidores potenciais permite que decisões criativas e comerciais sejam tomadas com mais precisão, considerando desde o design das peças até os canais de divulgação e comercialização. Assim, para o desenvolvimento da coleção

inspirada no filme *Pobres Criaturas*, foi realizada uma análise do público da marca TIG, que apresenta sinergia estética e conceitual com a proposta da coleção.

A pesquisa foi conduzida ao longo de duas semanas, com a observação sistemática de dez perfis distintos que interagem ativamente com a marca TIG nas redes sociais, especialmente no Instagram e TikTok, bem como nos comentários de avaliações no site oficial. A seleção dos comentários priorizou aqueles que expressavam feedbacks diretos sobre os produtos, como elogios e críticas a modelagens, estampas e tecidos, além de manifestações emocionais de desejo, pertencimento e admiração, e relatos de uso das peças em contextos específicos, como viagens, eventos sociais e festas. Também foram considerados comentários que evidenciavam dúvidas recorrentes sobre tamanhos e caimento, indicando preocupações típicas desse público consumidor.

A partir da observação dos comentários e interações no perfil da marca, bem como da análise de alguns perfis de consumidores que se manifestam na rede, COMO ilustrados na Figura 28, é possível identificar um público majoritariamente feminino, com faixa etária predominante entre 20 e 40 anos. São, em sua maioria, mulheres inseridas em contextos urbanos e criativos, frequentemente com formações ou atuações profissionais relacionadas à moda e às artes, como estilistas, modelos, artistas plásticas, produtoras de moda e influenciadoras digitais.

Figura 28 – Perfis observados que interagem com o conteúdo da marca na rede social.

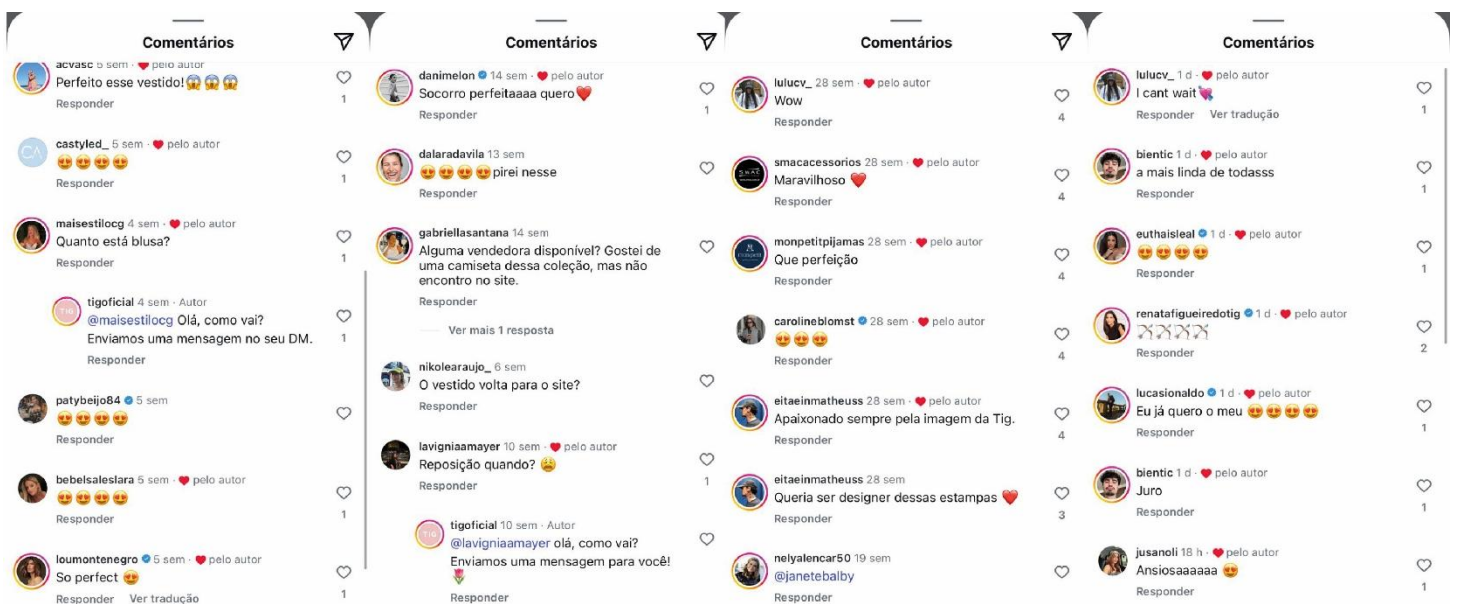


Fonte: Instagram, 2025.

Ainda segundo Posner (2016), compreender o estilo de vida e os valores do público é essencial para garantir conexão emocional entre marca e consumidor. No caso da TIG, observa-se uma comunidade que valoriza peças autorais, com forte

apelo estético e acabamento refinado. Há um interesse evidente por moda enquanto forma de expressão, identidade e diferenciação. A linguagem dos comentários é informal, com uso recorrente de expressões que evocam desejo, pertencimento e admiração, o que reforça o envolvimento afetivo com a marca, como pode ser analisado na figura 29.

Figura 29 – Printscreen de comentários nos conteúdos da rede social da marca.



Fonte: Instagram da Tig, 2025.

Esse público pertence, predominantemente, às classes A e B, com poder aquisitivo compatível com o investimento em peças de valor agregado, não apenas sob o ponto de vista financeiro, mas também simbólico. São consumidoras que buscam originalidade, estética sofisticada e narrativas visuais que dialoguem com seu estilo de vida, marcado por um cotidiano que mescla trabalho criativo, eventos sociais e viagens, especialmente para destinos relacionados ao verão e ao lazer. O Instagram se configura como o principal canal de inspiração e consumo de moda, revelando um comportamento digital ativo, engajado e atento às tendências, com forte valorização de imagens e conteúdos que traduzam um *lifestyle* aspiracional.

A definição desse perfil é essencial para o direcionamento da coleção, que busca dialogar com uma mulher contemporânea, criativa, culta e esteticamente exigente, cuja relação com a moda está fortemente ancorada em valores de autenticidade e expressão pessoal. Como aponta Posner (2016, p. 109), o sucesso de uma coleção está diretamente ligado à capacidade de responder às expectativas

e aos desejos do público, ao mesmo tempo em que propõe novas possibilidades de estilo e significado. Dessa forma, o aprofundamento na análise do público da marca TIG permite não apenas compreender seus hábitos de consumo, mas também identificar os elementos simbólicos e estilísticos que devem nortear as escolhas criativas da coleção inspirada em Pobres Criaturas.

Perfil Geracional

A análise do público-alvo revela que a maioria das consumidoras da marca TIG pertence às gerações Millennials (Geração Y) e Z. Essas gerações, nascidas aproximadamente entre 1981 e 2012, compartilham características comportamentais e de consumo que influenciam diretamente suas escolhas de moda e a forma como se relacionam com as marcas.

Segundo Tapscott (2012), os Millennials cresceram em meio à expansão digital, valorizando experiências autênticas e buscando marcas que compartilhem valores e narrativas com as quais se identificam. Já a Geração Z são os nativos digitais, caracterizados por uma presença intensa e fluida nas redes sociais, consumindo conteúdos visuais de maneira rápida, seletiva e interativa.

Esses traços são evidentes no comportamento do público da TIG, que se engaja ativamente com a marca por meio de plataformas como Instagram e TikTok, não apenas como consumidoras passivas, mas também como cocriadoras de conteúdo e influenciadoras dentro de suas redes.

A estética, os valores e os interesses desse público podem ser visualmente sintetizados no *moodboard* elaborado para a construção da persona (Figura 28), que evidencia referências como *lifestyle* urbano, sofisticação descomplicada, sensualidade contemporânea e forte presença digital.

Figura 30 – Moodboard da persona desenvolvido para a pesquisa.



Fonte: Autoral, 2025.

Além disso, essas gerações demonstram um forte apreço por valores como autenticidade, diversidade e sustentabilidade, buscando peças que transcendam a função utilitária para comunicar estilo de vida, identidade e posicionamento social. Como destacam Fromm e Garton (2013), tanto os Millennials quanto a Geração Z preferem marcas que oferecem produtos com propósito e que criam experiências significativas.

No caso específico da TIG, a estética autoral, o acabamento refinado e a curadoria visual coesa encontram ressonância nas aspirações dessas consumidoras, que enxergam a moda como uma extensão de sua personalidade e como ferramenta de expressão individual. O apelo visual sofisticado e a comunicação aspiracional da marca, evidentes no *moodboard* da persona, reforçam essa identificação com um público jovem, urbano, criativo e culturalmente antenado.

Assim, compreender esse perfil geracional é essencial para o direcionamento estratégico da coleção, permitindo que as escolhas criativas dialoguem com os valores, os hábitos e as expectativas dessas consumidoras contemporâneas,

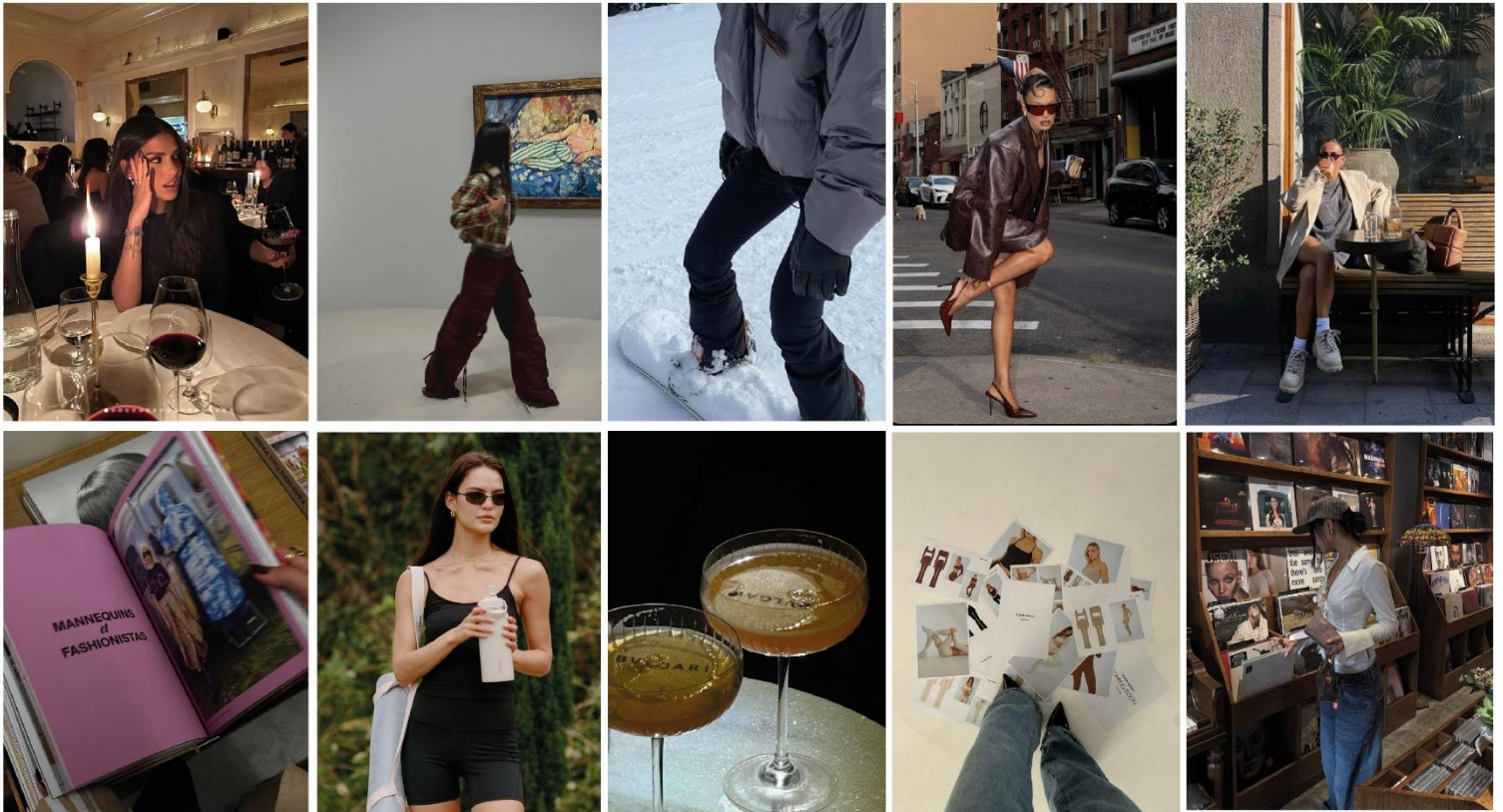
conforme defendem Kotler e Keller (2012), ao enfatizarem que o entendimento profundo do comportamento do consumidor é a chave para o sucesso das estratégias de marketing.

Persona

A partir das informações obtidas na análise do público da marca, bem como do estudo aprofundado sobre o perfil geracional predominante entre os consumidores da TIG, torna-se possível consolidar uma persona que servirá como referência conceitual para o desenvolvimento da coleção. Essa persona sintetiza as principais características, comportamentos, valores e hábitos observados, funcionando como um guia estratégico para decisões relacionadas ao design, comunicação e posicionamento da coleção.

A seguir, apresenta-se um *moodboard*, acompanhado de uma ficha informativa que traduz visualmente os hábitos e o estilo de vida dessa persona, oferecendo uma visão completa e inspiradora para o direcionamento criativo do projeto:

Figura 31 – *Moodboard* de hábitos da persona.



Fonte: Autoral, 2025.

Tabela 6 – Ficha informativa da persona.

Categoria	Descrição
Estilo de vida	Urbana, conectada e criativa. Frequenta eventos culturais, exposições, shows e lançamentos de moda. Interessa-se por tendências e inovações em artes, design e moda.
Consumo de conteúdo	Alta presença em redes sociais, especialmente Instagram e TikTok. Busca inspiração estética, acompanha influenciadoras, marcas autorais e movimentos artísticos. Consome revistas de moda, blogs especializados e podcasts sobre cultura, comportamento e empreendedorismo.
Hábitos de compra	Prefere marcas que valorizam autenticidade, estética autoral e propósito social. Busca produtos com design diferenciado, que transmitam identidade. Compra online e também em lojas físicas conceito, apreciando experiências sensoriais.
Lazer e interesses	Pratica atividades criativas como fotografia, pintura, ilustração e escrita. Gosta de viajar, principalmente para destinos que combinam natureza, cultura e estilo de vida alternativo. Frequenta cafeterias, restaurantes conceituados, galerias de arte e ateliês independentes.
Valores	Prioriza sustentabilidade, consumo consciente e diversidade. Valoriza marcas com posicionamento sustentável e que promovem comunidades engajadas. Busca equilíbrio entre carreira e bem-estar, praticando yoga, pilates ou esportes leves.
Tecnologia	Usuária ativa de aplicativos de edição de imagem, organização pessoal e marketplaces de moda e design. Atenta em novas plataformas e recursos que potencializem sua expressão criativa.

Fonte: Autoral, 2025.

A partir da análise aprofundada do perfil geracional, do público-alvo da marca TIG e da construção da persona, foi possível compreender de maneira mais clara e estratégica as necessidades, desejos e valores que orientam o comportamento de consumo desse grupo. O levantamento dos hábitos, estilo de vida, interesses e valores permitiu estabelecer uma base sólida para o desenvolvimento da coleção, alinhando estética, propósito e linguagem. Assim, a persona criada não apenas orienta decisões criativas e mercadológicas, mas também reforça a conexão da marca com uma comunidade engajada, que busca autenticidade, representatividade e experiências significativas. Esse entendimento é fundamental para as próximas etapas do projeto, garantindo coerência entre conceito, produto e comunicação.

5 DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÃO

Este capítulo apresenta o desenvolvimento da coleção de Verão 2025, inspirada no universo estético do filme *Pobres Criaturas*, 2023, e concebida para a marca TIG. A proposta busca traduzir a atmosfera lúdica, excêntrica e experimental do longa para o vestuário feminino contemporâneo, em diálogo com a identidade sofisticada e ousada da marca. Guiada pelas tendências previstas pelo WGSN para a temporada de Primavera/Verão 2025, a coleção explora silhuetas fluidas, cores vibrantes e toques surrealistas que refletem a jornada de autodescoberta e liberdade da personagem Bella Baxter. A seguir, serão apresentadas as escolhas de cartela de cores, seleção de materiais, desenvolvimento de estampas, modelagens e desenhos técnicos, construindo uma narrativa visual que conecta moda, cinema e comportamento de forma criativa e sensível.

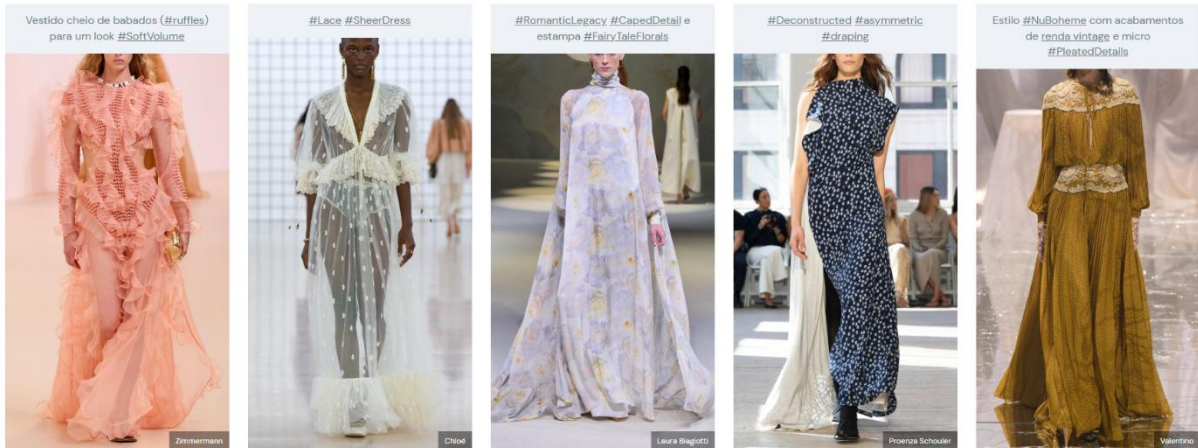
5.1 PESQUISA DE TENDÊNCIAS

O desenvolvimento da coleção partiu de uma intensa pesquisa de tendências na plataforma WGSN – sigla para *Worth Global Style Network*, que é uma empresa líder global em previsão de tendências, insights de consumo e design de produtos - com foco nas direções de estilo mais promissoras para a temporada de Primavera/Verão 2025. A partir da análise das passarelas internacionais e dados de crescimento de categorias-chave, foi possível definir os principais caminhos estéticos, formas e acabamentos da coleção.

Entre os destaques, as modelagens com drapeados e assimetrias se mostraram essenciais para renovar a silhueta clássica dos vestidos. Referências como a simplicidade elegante e o uso do drapeado (13,8%) atualizaram peças com apelo funcional, criando uma estética sofisticada com sutis texturas e franzidos — ideais para propostas versáteis que transitam do dia para a noite. (WGSN, 2024).

A tendência #FlowingMaxi, com vestidos longos e fluídos, também foi incorporada como parte da inspiração visual, conectando-se aos estilos #PrettyFeminine, #NuBoheme e #RomanticLegacy. Detalhes como mangas longas, cortes desconstruídos e mistura de materiais traduzem uma feminilidade contemporânea e confortável, valorizando a mobilidade e o uso cotidiano das peças.

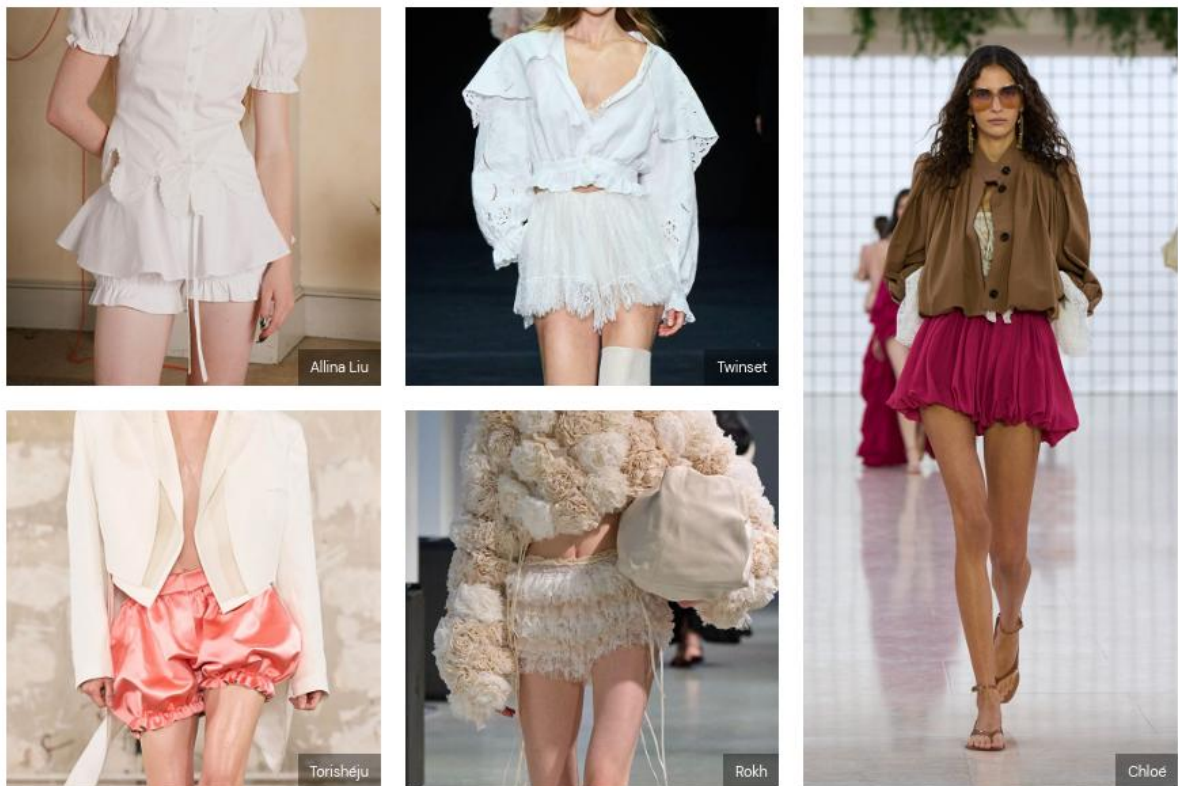
Figura 32 – Vestidos com estética #FlowingMaxi.



Fonte: WGSN, 2024.

As camisolas e conjuntos com shorts, inspirados nos calções românticos, ganham destaque como proposta delicada e jovem para a temporada. Essa escolha responde a uma movimentação estratégica das marcas para atualizar os temas com apelo comercial, principalmente junto ao público mais jovem.

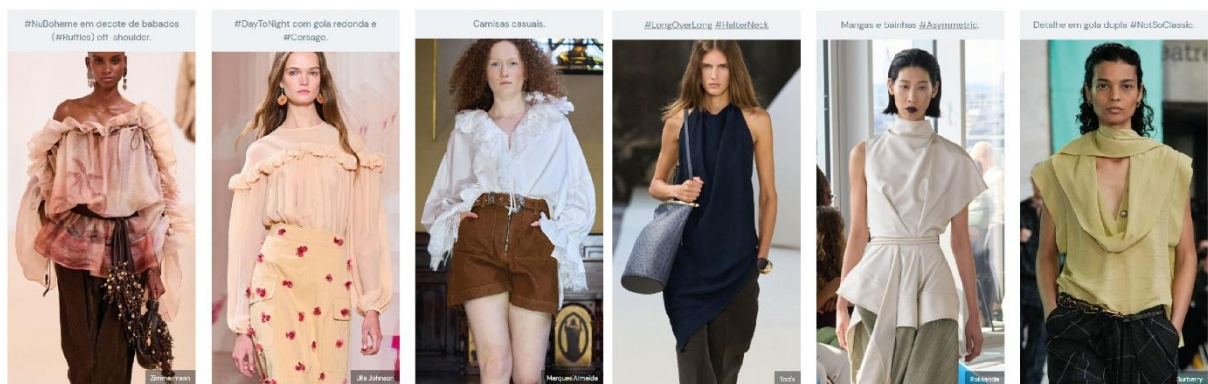
Figura 33 – Tendências de calções românticos.



Fonte: WGSN, 2024.

Já nas partes superiores, as blusas drapeadas e elegantes, que possibilitam uma combinação fácil com saias e calças de bom desempenho na temporada, em versões com bainhas alongadas e assimetria, sendo fundamental para a criação da estética romântica e boêmia da estação. O aumento dessa peça acompanha o crescimento de detalhes como transparências, babados, e rendas, que elevam a sensibilidade e delicadeza da coleção. Essa estética está diretamente ligada à proposta de oferecer peças que podem ser utilizadas tanto no dia quanto na noite, do trabalho ao lazer, oferecendo *looks* versáteis com sofisticação.

Figura 34 – Tendências de blusa para P/V 25.



Fonte: WGSN, 2024.

No universo dos casacos, a silhueta *trench coach* ganha força com crescimento de 14% no mix de produtos, evidenciando um movimento em direção ao *styling* funcional e urbano. Os cortes na altura do joelho, detalhes de punho e mangas bufantes reforçam a intenção de unir elegância e praticidade. As jaquetas *bomber* também surgem como alternativa de *styling* mais moderno, com volumes amplos e cortes retos que contrastam com o romantismo leve das outras peças.

Por fim, transparências mostram um desempenho misto no mercado. Em tecidos planos, houve aumento de 16% no mix. Essa divisão revela o fortalecimento dos estilos românticos. Na coleção, esse dado fundamentou a escolha de tecidos translúcidos para as peças mais leves e esvoaçantes, priorizando a leveza poética ao invés de uma sensualidade mais óbvia.

Além das tendências de moda, referências visuais específicas foram fundamentais para orientar o estilo das peças. O figurino da marca TIG, com sua abordagem minimalista e elegante, influenciou diretamente na escolha das formas, na paleta cromática e nos acabamentos. A forma como os modelos da TIG são retratados

— com expressões suaves, *styling* limpo e foco em tecidos com caimento nobre — também serviu como norte estético para a construção da coleção.

A fusão entre funcionalidade, feminilidade e sofisticação guiou cada etapa do processo criativo, do desenho inicial à escolha de aviamentos e materiais. A coleção propõe um vestir prático, mas ainda assim poético — inspirado por tendências atuais e ressignificado por meio de uma curadoria sensível e autoral.

Abaixo, segue um *moodboard* autoral com modelos da marca e modelos encontrados na pesquisa que serviram de inspiração para o desenvolvimento da coleção.

A construção visual da coleção foi guiada por uma pesquisa de tendência, análise de referências de desfiles internacionais da temporada Primavera/Verão 2025 e por modelos clássicos da marca TIG. As imagens selecionadas reforçam os principais pilares do projeto: leveza, elegância contemporânea, fluidez de formas e um romantismo reinterpretado.

As passarelas trouxeram à tona elementos que dialogam diretamente com o conceito da coleção — como os drapeados estratégicos, as mangas amplas, os tecidos translúcidos, os tons suaves e a justaposição entre peças estruturadas e fluidas. Essa estética se conecta à linguagem visual da TIG, conhecida por traduzir sofisticação em cortes limpos, paleta neutra e materiais de alto caimento.

Ao observar o conjunto dessas referências, foi possível entender e sintetizar uma direção criativa que une as tendências internacionais ao universo sensível e funcional da marca, traduzindo a narrativa em roupas que carregam poesia, movimento e personalidade — pilares fundamentais para a construção desta coleção.

5.2 CARTELA DE COR

A cartela de cor foi definida com um estudo do figurino juntamente com as pesquisas de tendência de cor do verão 2025. Conforme visto anteriormente no estudo do figurino, a cor é um dos elementos utilizados pela figurinista para trazer simbolismo à roupa, contribuindo diretamente para a construção narrativa e emocional da personagem. Ao longo do filme *Pobres Criaturas*, as transformações visuais da protagonista são marcadas por uma evolução cromática que acompanha seu crescimento pessoal. Segue cartela de Pantone têxtil disponibilizada pelo WGSN:

Figura 36 – Cartela têxtil P/V 25.



Fonte: WGSN, 2023.

Analisando essa cartela em conjunto com o figurino do filme, as cores escolhidas para trabalhar na coleção foram as seguintes:

Figura 37 – *Moodboard* de cartela de cor.



Fonte: Autoral, 2025.

Os tons selecionados equilibram delicadeza e presença, refletindo o processo de amadurecimento da personagem e seu olhar curioso e instintivo sobre o mundo. Entre as cores predominantes, destacam-se as cores pastéis: o rosa (13-2801), o azul (14-4112) o amarelo (12-0824), que reforçam a suavidade da narrativa. Já os tons mais escuros, como o preto intenso (19-4203) e o marrom fechado (19-1109), introduzem contraste dramático e profundidade, ecoando os momentos de transição e crescimento da protagonista.

O uso estratégico dessa paleta permite uma narrativa visual coesa, em que cada cor carrega uma emoção ou fase da personagem — do infantil ao ousado, do ingênuo ao consciente — transportando essa linguagem para peças que equilibram romance, conforto e singularidade no cotidiano, além de conversarem com as paletas atualmente utilizadas pela marca.

A proposta é trabalhar os blocos de cor de forma evolutiva, partindo de tons etéreos para cores mais densas e vibrantes, criando uma coleção que acompanha a ideia de transformação, liberdade e autoconhecimento — temas centrais do filme e também altamente desejáveis no contexto do consumidor contemporâneo.

5.3 CARTELA DE TECIDOS

A curadoria dos materiais desta coleção foi inspirada diretamente na seleção criteriosa adotada pela TIG, que se destaca pelo uso de tecidos sofisticados e com excelente caimento. O objetivo principal foi proporcionar um equilíbrio entre a estética refinada e a funcionalidade das peças, de modo a atender às necessidades da mulher contemporânea sem renunciar ao conforto e da expressividade do design necessária. Segue abaixo cartela de material escolhida:

Figura 38 – Cartela de tecido

CARTELA DE TECIDOS	
	<p>LINHO PURO</p> <p>FORNECEDOR: JLM TECIDOS</p> <p>COMPOSIÇÃO: 100% LINHO</p> <p>GRAMATURA: 150 G/M²</p> <p>LARGURA: 1,40 M</p>
	<p>TULE</p> <p>FORNECEDOR: ASSUF</p> <p>COMPOSIÇÃO: 100% POLIÉSTER</p> <p>GRAMATURA: 100 G/M²</p> <p>LARGURA: 1,57 M</p>
	<p>MALHA DE ALGODÃO</p> <p>FORNECEDOR: ARADEFE</p> <p>COMPOSIÇÃO: 100% ALGODÃO</p> <p>GRAMATURA: 160 G/M²</p> <p>LARGURA: 90 CM</p>
	<p>CREPE MUSSELINE TOQUE DE SEDA</p> <p>FORNECEDOR: MAXIMUS TECIDO</p> <p>COMPOSIÇÃO: 100% POLIÉSTER</p> <p>GRAMATURA: 80 G/M²</p> <p>LARGURA: 1,45 M</p>
	<p>TECIDO CORTA VENTO</p> <p>FORNECEDOR: OL TECIDOS</p> <p>COMPOSIÇÃO: 100% POLIAMIDA</p> <p>GRAMATURA: 35 G/M²</p> <p>LARGURA: 1,50 M</p>
	<p>MALHA FLUITY</p> <p>FORNECEDOR: ASSUF</p> <p>COMPOSIÇÃO: 96% POLIÉSTER 4% ELASTANO</p> <p>GRAMATURA: 188 G/M²</p> <p>LARGURA: 1,47 M</p>
	<p>LYOCEL</p> <p>FORNECEDOR: MAXIMUS TECIDO</p> <p>COMPOSIÇÃO: 92% VISCOSE 8% POLIÉSTER</p> <p>GRAMATURA: 266 G/M²</p> <p>LARGURA: 1,48 M</p>
	<p>LYCRA</p> <p>FORNECEDOR: MAXIMUS TECIDO</p> <p>COMPOSIÇÃO: 85% POLIAMIDA 15% ELASTANO</p> <p>GRAMATURA: 250 G/M²</p> <p>LARGURA: 1,45 M</p>

Fonte: Autoral, 2025.

Dentre os tecidos escolhidos, destacam-se: malhas com elasticidade, ideais para as peças de parte superior, essas malhas oferecem liberdade de movimento e preservam a forma das roupas, permitindo a criação de modelagens que valorizam tanto a silhueta quanto a praticidade.

Crepe: Utilizados para peças com drapeados e recortes assimétricos, esses tecidos proporcionam uma textura fluida e elegante que confere leveza e dinamismo aos *looks*.

Tricoline: Empregado em modelagens mais estruturadas, o algodão garante conforto e respirabilidade, características essenciais para as peças do dia a dia.

Tule: material aplicado para criar contrastes de camadas e transparência, elementos que compõem a estética lúdica e teatral inspirada nos figurinos de Pobres Criaturas.

Linho: Com sua aparência natural e caimento orgânico, o linho reforça uma conexão com a estética atemporal, trazendo sofisticação às peças.

Lycra: Empregada no *body*, a lycra garante modelagem justa e elasticidade, potencializando a valorização do corpo e proporcionando maior liberdade de movimentos. Esse tecido é ideal para criações que exigem maior aderência e definição, sem sacrificar o conforto e a durabilidade das peças. Além disso, vai ser uma peça com utilização possível para banho, já que é uma coleção de verão.













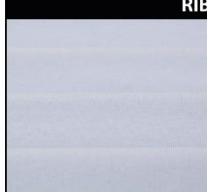
Em conjunto, essa seleção de tecidos cria uma sinergia que permite explorar diferentes técnicas de corte e acabamento, resultando em uma coleção que dialoga com as tendências atuais e, ao mesmo tempo, reflete a identidade visual e a proposta conceitual da marca. Cada material foi escolhido não apenas por suas características técnicas, mas também por sua capacidade de transmitir a narrativa desejada, promovendo uma experiência sensorial completa ao toque, ao caimento e à estética das peças.

5.4 CARTELA DE AVIAMENTOS

A escolha dos aviamentos foi guiada pela proposta estética da coleção e pela funcionalidade de cada peça, considerando conforto, praticidade e um acabamento refinado. A paleta neutra e os materiais com aparência natural, como o algodão cru,

reforçam a identidade visual da linha, ao mesmo tempo em que os metais e estruturas técnicas trazem resistência e sofisticação. A seguir os elementos escolhidos:

Figura 39 - Cartela de aviamentos

CARTELA DE AVIAMENTOS	
 <p>BOTÃO INVISÍVEL</p> <p>FORNECEDOR: CASA ROMEU</p> <p>CÓD: 8120/60</p> <p>QUANTIDADE: 10 UNIDADES</p> <p>PREÇO: 11,11</p>	 <p>ZÍPER INVISÍVEL</p> <p>FORNECEDOR: PURO ALGODÃO</p> <p>CÓD: 14407</p> <p>QUANTIDADE: 10 UNIDADES</p> <p>PREÇO: 6,90</p>
 <p>LINHA</p> <p>FORNECEDOR: ARMARINHO SAO JOSE</p> <p>CÓD: 0997</p> <p>QUANTIDADE: 5.000 METROS</p> <p>PREÇO: 22,49</p>	 <p>COLCHETE DE GANCHO</p> <p>FORNECEDOR: ROMA AVIAMENTOS</p> <p>CÓD: UTFR.847</p> <p>QUANTIDADE: 24 UNIDADES</p> <p>PREÇO: 5,70</p>
 <p>ELÁSTICO</p> <p>FORNECEDOR: MALULI ARMARINHOS</p> <p>CÓD: 004724</p> <p>QUANTIDADE: 100 METROS</p> <p>PREÇO: 23,50</p>	 <p>REGULADOR</p> <p>FORNECEDOR: ALTERO</p> <p>CÓD: FIM340-3</p> <p>QUANTIDADE: 1 UNIDADE</p> <p>PREÇO: 3,44</p>
 <p>ILHÓS</p> <p>FORNECEDOR: ALTERO</p> <p>CÓD: 10001</p> <p>QUANTIDADE: 10 UNIDADES</p> <p>PREÇO: 14,90</p>	 <p>CORDÃO</p> <p>FORNECEDOR: MALULI</p> <p>CÓD: 005867</p> <p>QUANTIDADE: 10 METROS</p> <p>PREÇO: 6,65</p>
 <p>BOTÃO</p> <p>FORNECEDOR: ROMA AVIAMENTOS</p> <p>CÓD: 6057</p> <p>QUANTIDADE: 50 UNIDADES</p> <p>PREÇO: 18,05</p>	 <p>BOTÃO NÍQUEL</p> <p>FORNECEDOR: ALTERO</p> <p>CÓD: 1882-28</p> <p>QUANTIDADE: 1 UNIDADE</p> <p>PREÇO: 2,45</p>
 <p>ELÁSTICO 50MM</p> <p>FORNECEDOR: MALULI</p> <p>CÓD: 008464</p> <p>QUANTIDADE: 25 METROS</p> <p>PREÇO: 31,25</p>	 <p>COLCHETE</p> <p>FORNECEDOR: ROMA AVIAMENTOS</p> <p>CÓD: UT.229</p> <p>QUANTIDADE: 24 UNIDADES</p> <p>PREÇO: 4,37</p>
	 <p>ZÍPER NYLON</p> <p>FORNECEDOR: MALULI ARMARINHO</p> <p>CÓD: 001793</p> <p>QUANTIDADE: 10 UNIDADES</p> <p>PREÇO: 8,40</p>
	 <p>ENTRETELA</p> <p>FORNECEDOR: MAXIMUS TECIDO</p> <p>CÓD: 7205</p> <p>QUANTIDADE: 1 METRO</p> <p>PREÇO: 39,00</p>
	 <p>ZÍPER DESTACÁVEL</p> <p>FORNECEDOR: MALULI</p> <p>CÓD: 001838</p> <p>QUANTIDADE: 10 UNIDADES</p> <p>PREÇO: 27,10</p>
	 <p>RIBANA 1X1</p> <p>FORNECEDOR: ARADEFE</p> <p>CÓD: 102.39</p> <p>QUANTIDADE: 1 METRO</p> <p>PREÇO: 25,78</p>

Fonte: Aural, 2025.

Botão: Utilizado de forma pontual para fechamento de peças ou detalhes decorativos. O modelo liso, em acabamento metálico, remete à elegância minimalista, alinhada ao design da coleção.

Zíper e Zíper Invisível: Os zíperes estão presentes nas aberturas principais. O zíper tradicional, em tom cru, harmoniza com os tecidos naturais e confere praticidade. Já o zíper invisível é empregado em locais que exigem acabamento limpo, sem interferir na estética da peça.

Elástico: Essencial para garantir conforto, principalmente em cinturas e punhos, o elástico branco é aplicado em áreas estratégicas, proporcionando melhor ajuste ao corpo, sem comprometer o visual leve das peças.

Regulador: Este aviamento metálico é utilizado em conjunto com o cordão, possibilitando a regulagem de capuzes e barras. Além da função prática, ele agrega um toque técnico e moderno ao visual da peça.

Ilhós: Aro metálico que reforça e finaliza a passagem do cordão em peças com ajuste. Aparece em locais como o capuz ou cintura, garantindo durabilidade e acabamento profissional.

Botão de Pressão: Aplicado em bolsos. Sua praticidade e estética discreta tornam-no ideal para peças com proposta funcional.

Entretela: Responsável por estruturar áreas específicas da peça, como golas, cós e lapelas, a entretela garante caimento adequado e reforço, sem perder o conforto e a leveza dos tecidos escolhidos.

Viés: Utilizado principalmente no acabamento interno das peças, o viés reforça a costura e mantém a estética limpa e delicada da coleção.

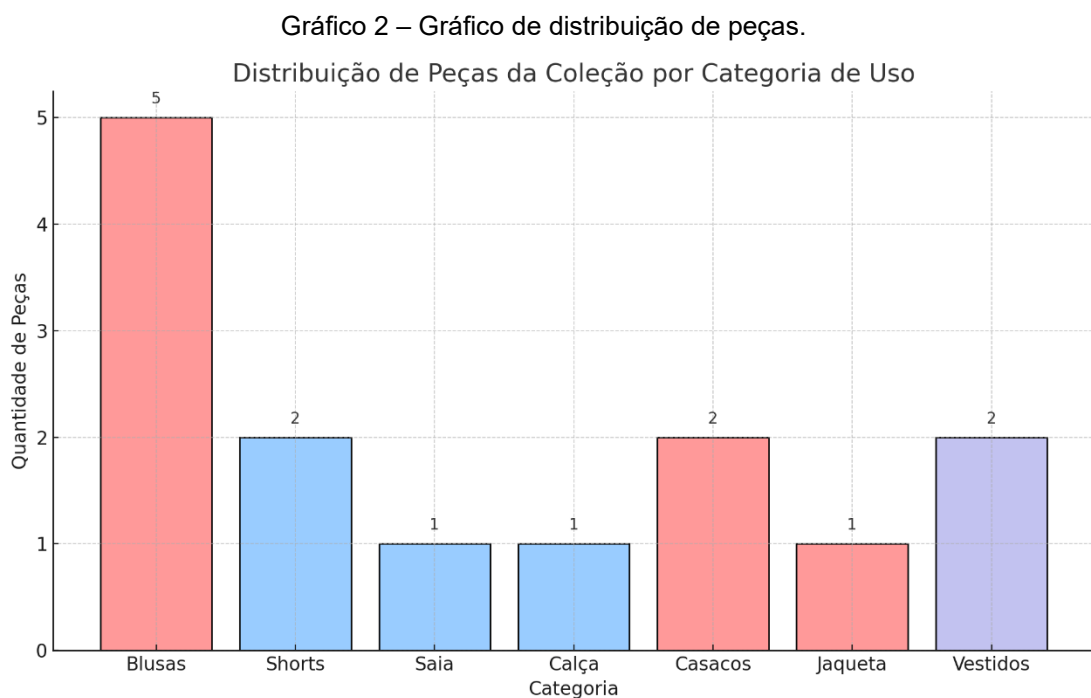
Cordão: Em algodão cru, o cordão é empregado nos ajustes de capuz, trazendo um ar natural e artesanal, que se conecta diretamente com a proposta de tecidos rústicos e formas suaves.

5.5 DISTRIBUIÇÃO NUMÉRICA

A definição da distribuição de categorias da coleção foi embasada em um levantamento quantitativo de três *drops* da marca TIG, que apontam para uma recorrência acentuada de blusas (média de 28 modelos por *drop*) e vestidos (média de 15), seguidos por calças (média de 10) e saias (média de 9). Com base nesse comportamento, a coleção foi estruturada com 5 blusas e 2 vestidos, refletindo a

ênfase da marca em peças de cima e inteiras que possibilitam maior liberdade criativa e visual — características essenciais para a narrativa inspirada em *Pobres Criaturas*. As partes de baixo são representadas por 2 shorts, 1 saia e 1 calça, respeitando a proporção mais discreta que essas peças ocupam nos *drops*, especialmente os shorts, que apareceram apenas 2 vezes em todos os lançamentos estudados. Para complementar os *looks* e enriquecer a proposta estética, a coleção também conta com 2 casacos e 1 jaqueta, inserindo peças de sobreposição que, embora pouco frequentes nas coleções (1 a 2 ocorrências por categoria), agregam valor narrativo e reforçam a sofisticação da marca. A composição final mantém equilíbrio entre fidelidade à identidade comercial da TIG e liberdade criativa necessária para uma coleção autoral com base conceitual cinematográfica.

Abaixo, a distribuição por tipo de peça:



Fonte: Autoral, 2025.

Dessa forma, é possível visualizar que a coleção mantém a predominância de partes de cima — representadas pela cor rosa no gráfico — assim como ocorre nas coleções da marca TIG, garantindo um sortimento mais amplo e versátil nessa categoria. As partes de baixo, destacadas em azul, aparecem em menor quantidade, refletindo sua frequência reduzida nos *drops* analisados. Já as peças inteiras, marcadas em lilás, completam a proposta de forma equilibrada, reforçando a narrativa visual da coleção sem destoar da estrutura comercial observada na marca.

Distribuída em três linhas estratégicas — básicos, *fashion* e vanguarda —, a tabela a seguir permite uma leitura clara do foco da coleção. A predominância de peças na linha *fashion* (17 unidades) reforça a proposta de uma coleção atualizada com as principais tendências de moda, destacando-se nas categorias de blusas, casacos/jaquetas e vestidos. A linha básico (11 unidades) oferece a base essencial da coleção, com peças versáteis e atemporais, especialmente nas categorias de *t-shirts*, blusas e calças. Já a linha vanguarda (3 unidades) traz inovação e ousadia, com destaque para peças únicas que exploram modelagens diferenciadas e conceitos criativos, como o casaco e o *short*.

Tabela 7 – Distribuição da coleção por categoria de produto.

	TOPS				OUTWEAR		BOTTOMS			ONEPIECES		TOTAL
	T-SHIRTS	BLUSAS	CAMISAS	TRICOTS	BLAZERS	CASACOS/JAQUETAS	SAIAS	CALÇAS	SHORTS/BERMUDAS	VESTIDOS	MACACÕES	
BÁSICOS	1	3						3	4			11
FASHION		7				3	3			4		17
VANGUARDA						1			2			3
TOTAL	1	10	0	0	0	4	3	3	6	4	0	31

Fonte: Autoral, 2025.

Além da categorização por estilo, a tabela também segmenta as peças por tipo (Tops, *Outwear*, *Bottoms* e *Onepieces*), o que contribui para o equilíbrio da coleção. Essa estrutura garante diversidade de produtos e atende diferentes necessidades do público-alvo, além de conversar com o estudo da quantidade de produtos oferecidos pela marca TIG. A inclusão das variações de cor dentro da contagem evidencia o planejamento detalhado da coleção, permitindo avaliar não só a quantidade de modelos, mas também a amplitude de opções oferecidas ao consumidor final.

Esse cruzamento entre a representação visual (com as cores e design de cada peça) e a organização quantitativa (através da tabela) proporciona uma visão

estratégica completa da coleção, facilitando decisões comerciais, de produção e de exposição no ponto de venda.

5.6 RELEASE TÉCNICO

Inspirada nas principais direções das passarelas internacionais da temporada Primavera/Verão 2025, esta coleção traz à tona uma estética que equilibra a fluidez romântica com a sofisticação contemporânea. As peças foram desenvolvidas com foco em leveza, conforto e versatilidade, refletindo as necessidades da mulher moderna em diferentes momentos do dia.

Coleção: Eterna Criação: Bella como criatura e criadora de si mesma. Traz a dualidade entre ser criada e se recriar.

Estação e Ano: Primavera/Verão 2025

Referências: A coleção foi desenvolvida a partir de um olhar contemporâneo sobre referências internacionais e regionais, alinhadas com percepções pessoais da estilista. A coleção foi desenvolvida a partir de um olhar atento às passarelas internacionais de P/V 25, com forte influência de marcas como Chloé, Loewe e Ferragamo. As tendências internacionais apontam para o retorno do romantismo e da leveza, com uma estética *boho* refinada. Referências regionais foram extraídas da atmosfera solar e descontraída do verão brasileiro, em especial a fluidez dos tecidos, a sensualidade sutil e o uso inteligente de sobreposições leves. Como referência pessoal, foi priorizada a mulher que busca equilíbrio entre conforto e sofisticação, com peças versáteis que dialogam com diferentes momentos do cotidiano. Os casacos foram incluído na coleção de verão para atender ao público da marca, que no início do ano prioriza viagens para esquiar.

Conceito: *Boho*, Romantismo, Leveza

O *look* desenvolvido tem como ponto de partida o momento em que a personagem Bella ainda está no início de seu desenvolvimento. Essa fase inicial da narrativa representa uma etapa de descobertas, ingenuidade e construção da identidade, o que foi traduzido visualmente por meio de uma cartela de cores suaves, inspiradas nas roupas usadas pela personagem nessa fase e modelagens delicadas.

Inspirando-se diretamente na cauda de lagosta presente no figurino original do filme, a proposta aqui foi reinterpretar esse detalhe por meio das camadas aplicadas ao short, confeccionado em tule rosa claro. O uso do tule, além de acrescentar leveza e transparência, contribui para a criação de volume e movimento, evocando de forma sutil e conceitual o formato segmentado e orgânico da cauda. Essa escolha se alinha com as tendências do romantismo contemporâneo, vistas nas passarelas de primavera/verão 2025, onde babados, transparências e silhuetas femininas ganham protagonismo.

A parte superior do *look* é composta por uma blusa azul pastel, utilizando da transparência e da fluidez presentes nas tendências da temporada. O tom pastel, além de proporcionar uma ideia limpa e confortável, remete ao universo do vestuário doméstico e infantil — reforçando a atmosfera de inocência e contenção. A tonalidade azul acinzentada complementa a narrativa visual com suavidade, mantendo a coerência com o universo estético do filme.

As decisões materiais e formais do *look* resultam em uma composição que dialoga com o universo lúdico e fantástico da personagem Bella, ao mesmo tempo em que se conecta com tendências contemporâneas da moda e já aplicadas na marca TIG. Assim, o *look* não apenas traduz visualmente uma inspiração cinematográfica, mas também propõe uma leitura poética e atual do romantismo na moda.

Figura 41 – Croqui Deslumbramento: A Chegada.



Fonte: Autoral, 2025.

O segundo look da coleção foi inspirado no momento em que Bella chega a Lisboa, marcando o início de sua vivência no mundo real. Essa fase é marcada por encantamento, curiosidade e sensação de liberdade, elementos traduzidos visualmente através de tecidos leves e cores vivas. A blusa, em linho azul pastel e modelagem alfaiatada sem mangas, simboliza a leveza e o desprendimento do passado, ao mesmo tempo em que remete à cidade e a peças já existentes na marca.

O short, confeccionado em linho amarelo com modelagem ampla, segue a paleta do novo ciclo vivido pela personagem. Sua forma orgânica e descontraída reflete o espírito lúdico e contemporâneo, alinhando-se às tendências das passarelas de primavera/verão 2025, que apostam em volumes suaves e visuais marcantes. O *look* representa, assim, o início da autonomia de Bella e sua liberdade de explorar o desconhecido.

Figura 42 – Croqui Despertar: O Corpo em Movimento.



Fonte : Autorial, 2025.

O terceiro *look* da coleção foi inspirado em um momento marcante do filme, em que Bella vivencia o despertar pleno e libertador de sua sexualidade. A cena da dança serviu como principal referência visual e emocional, com uma paleta de rosa mais escuro que simboliza paixão, amadurecimento e sensualidade.

A peça é um vestido longo de camadas, inspirada diretamente no figurino da personagem. Com modelagem volumosa e fluida, a peça proporciona um movimento dramático e elegante, reforçado pelo uso do crepe, que garante leveza e sofisticação. A estética da marca TIG influenciou essa escolha, refletindo um padrão de elegância e caimento refinado.

A parte do busto apresenta uma estrutura mais firme equilibrando romantismo e modernidade. O conjunto representa a transição de Bella para uma fase mais consciente de si, traduzindo com elegância o amadurecimento feminino por meio da fluidez, cor e forma.

Figura 43 – Croqui Travessia: Protegida e Livre.



Fonte: Autoral, 2025.

Este casaco representa a chegada de Bella a Paris, um momento de transição e descoberta, em que ela explora o mundo com mais autonomia, mas ainda carrega traços de ingenuidade. Inspirada no casaco usado pela personagem, a peça foi reinterpretada com influências contemporâneas das passarelas, com proporções exageradas, mangas bufantes e comprimento maxi. A modelagem em camadas com capuz funcional une romantismo e proteção, enquanto a cor clara reforça a estética sofisticada da TIG, voltada para o público A. Detalhes como zíper aparente e elásticos tornam a peça urbana e atual.

Apesar de lançada no verão, a peça atende clientes que viajam para estações de esqui — um hábito comum entre o público da marca. O tecido corta vento, com toque amassado e leve brilho, garante volume, valoriza franzidos e traz a silhueta bufante desejada. Além disso, o brilho faz referência ao látex usado por Bella em outra fase da narrativa, conectando os visuais de forma elegante.

Figura 44 – Croqui Bordel: experimentação.



Fonte: Autoral, 2025.

Este *look* representa o período em que Bella se encontra no bordel, uma fase marcada pelo florescimento de sua sexualidade, liberdade de expressão e experimentação. A proposta traduz esse momento através da linguagem visual provocativa, mas ainda lúdica, presente no filme.

O *body* foi escolhido por sua aderência ao corpo, versatilidade e para funcionar como peça de banho. A cor nude clara remete à paleta predominante nos figurinos da personagem nesse ambiente — tonalidades próximas à pele que subvertem a ideia tradicional de sensualidade e revelam mais do que escondem.

O destaque do *look* está no short de tule com camadas volumosas de babados amarelos, inspirado diretamente na peça usada por Bella. Os babados, aplicados em tiras sobrepostas, fazem alusão tanto à estética do cabaré quanto à tendência contemporânea de volumes exagerados, como visto nas passarelas. O tule adiciona leveza e transparência, contrastando com a base mais compacta do *body*. Esse visual é ao mesmo tempo sensual e teatral, reforçando o espírito de liberdade, curiosidade e autoafirmação da protagonista nesse momento do filme.

Figura 45 – Croqui Racionalidade: O Nascimento da Consciência.



Fonte: Autoral, 2025.

Este *look* simboliza uma virada na trajetória de Bella: o momento em que ela começa a estudar, refletir e desenvolver sua autonomia intelectual. É a primeira vez que aparece vestindo preto, cor que marca visualmente sua transição da ingenuidade para a racionalidade. O casaco longo de linho, peça central do visual, representa essa nova fase de introspecção. Com modelagem *oversized* e cinto marcando a cintura, ele equilibra referências da alfaiataria clássica com a feminilidade da personagem. A escolha do linho, tecido característico da marca, oferece uma leitura mais leve e contemporânea ao *trench coat* tradicional, mantendo presença e elegância.

A cor preta remete à sobriedade, ao conhecimento e ao poder, conectando-se à cena do filme em que Bella caminha pela neve com um casaco escuro e um olhar mais firme. A silhueta fluida, as lapelas largas e a proposta de “casaco como vestido” dialogam com desfiles recentes de marcas como Bottega Veneta e Miu Miu, que revisitam o *trench coat* de forma utilitária e atual. Este look expressa intelectualidade, autonomia e construção de identidade, marcando o momento em que Bella passa a observar o mundo com profundidade e atitude.

Figura 46 – Croqui Bella: Autônoma.



Fonte: Autoral, 2025.

Este *look* representa o retorno de Bella à sua casa, agora transformada e consciente de si. O uso da calça pela primeira vez simboliza liberdade e autonomia, marcando o ápice de sua evolução. Inspirado na cena em que ela retorna vestindo um conjunto escuro, o visual reflete maturidade e força. O linho, tecido natural e característico da marca, é reinterpretado com uma pegada mais urbana, estruturando uma jaqueta utilitária com bolsos marcados e recortes, combinada a uma calça de alfaiataria de pernas amplas.

A estética utilitária da jaqueta remete à autonomia e ao universo do trabalho, enquanto a calça traz leveza e poder, alinhada às referências contemporâneas de passarela. O preto e os tons terrosos reforçam a sobriedade da fase atual da personagem, mantendo o DNA natural da TIG. Detalhes em metais e zíperes acrescentam modernidade e atitude ao look, traduzindo visualmente a força da transformação de Bella..

Figura 47 – Croqui Veu: Núpcias e Rupturas.



Fonte: Autoral, 2025.

Esse desenvolvimento é uma releitura do icônico vestido de casamento usado por Bella. Esta peça carrega forte carga simbólica dentro da narrativa, marcando um momento de aparente tradicionalismo — o casamento — mas que traz nos elementos do vestido signos da trajetória da personagem. A proposta do *look* foi resgatar esse simbolismo com sofisticação e contemporaneidade.

A peça é composta por um longo vestido de crepe branco, que traz a transparência marcante do vestido original, conferindo elegância e um acabamento refinado à silhueta. O tecido escolhido reforça a ideia de uma feminilidade clássica, porém revisitada sob uma nova ótica. As mangas amplas e com caimento volumoso fazem alusão às formas volumosas do vestido original usado por Bella no filme, reinterpretadas aqui de forma mais sutil e contemporânea.

Este *look*, portanto, não apenas resgata um ícone visual da narrativa do filme, como também propõe uma reflexão estética sobre o que significa o ato de casar dentro de uma perspectiva feminina emancipada.

Figura 48 – Croqui Memória do Futuro.



Fonte: Autoral, 2025.

Este croqui representa um momento de conflito interno na trajetória de Bella — uma tentativa de retornar à sua antiga vida, que logo se revela incompatível com quem ela se tornou. A estética do look, com elementos clássicos reinterpretados, traduz visualmente essa tensão entre passado e presente. A blusa em crepe, com drapeados marcantes e mangas com caimento fluído, carrega um ar de familiaridade, remetendo à estrutura e à contenção de sua vida anterior ao mesmo tempo que mantém o vínculo com a leveza e liberdade que a personagem conquistou.

A saia assimétrica, com sobreposição em tule marrom e faixas de amarração, traz volume e movimento, evocando um certo drama emocional. A cor escura intensifica o tom introspectivo do look, refletindo o peso desse reencontro com o passado e a compreensão de que ela não pertence mais àquele lugar. É também o momento em que Bella começa a reconhecer as dores que a levaram a tentar tirar a própria vida — um ponto de ruptura necessário para que ela siga em frente, agora mais consciente de si mesma.

Figura 49 – Croqui Fim de Capítulo: Início de Si.



Fonte: Autoral, 2025.

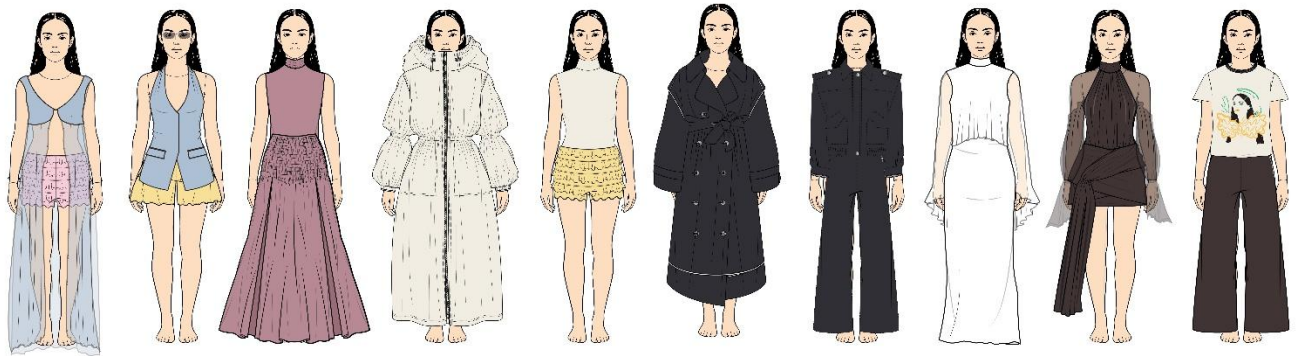
O último look da coleção propõe um encerramento simbólico da trajetória de Bella, unindo conforto e significado. A t-shirt em algodão com silk exclusivo traz uma ilustração gráfica da personagem, conectando moda e narrativa de forma afetiva e contemporânea. Sua modelagem justa e curta dialoga com as tendências atuais e com o estilo das peças já presentes na marca, oferecendo frescor e identidade visual à coleção.

A calça ampla em linho, em tom marrom, remete ao figurino final do filme — quando Bella aparece transformada, consciente de si e de seus desejos. A escolha da paleta neutra reforça a maturidade e a sobriedade da personagem nesse ponto da história, enquanto o linho traz leveza e sofisticação. Este look traduz, de maneira casual e conceitual, a plenitude alcançada por Bella ao fim de sua jornada.

Este *look* encerra a coleção com uma abordagem mais pessoal e simbólica. Ao transformar a imagem de Bella em estampa artística, a coleção propõe uma reflexão sobre como o cinema, a moda e a ilustração se cruzam para criar novas narrativas. Mais do que um simples produto de moda, esta peça celebra a trajetória de uma personagem complexa, reafirmando seu lugar como ícone cultural e artístico dentro da coleção.

Por fim, temos uma coleção que reflete a personagem explorada, sua trajetória e propõe peças exclusivas e coerentes com o perfil da marca. Segue abaixo coleção completa:

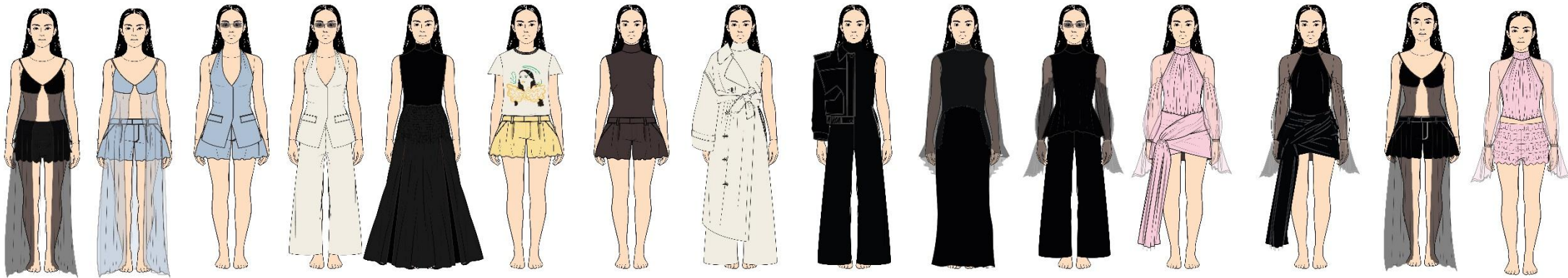
Figura 50 – Coleção completa.



Fonte: Autoral, 2025.

A seguir, vemos as peças que compõem a coleção, com suas variações de cores, além das possíveis combinações entre elas. As composições evidenciam a versatilidade das criações, que se complementam e funcionam de forma harmônica em diferentes propostas de uso. Essa integração permite explorar diferentes narrativas visuais nos *shootings* da marca, reforçando a identidade da coleção e sua proposta estética e funcional.

Figura 51 – Coleção com variantes de cores e possíveis combinações.



Fonte: Autoral, 2025.

5.8 DIVISÃO CATEGÓRICA DE ESTILO

A divisão das peças da coleção entre as linhas vanguarda, *fashion* e básico, conforme os critérios estéticos e comerciais adotados são apresentados visualmente a seguir. Essa categorização busca equilibrar propostas mais conceituais com peças adaptáveis ao cotidiano da consumidora da marca TIG.

As peças enquadradas na linha vanguarda foram selecionadas por sua abordagem mais experimental e estética conceitual. Nela, estão incluídos o short de babados, inspirado na cauda de lagosta presente no figurino original do filme, e o casaco acolchoado, com visual escultural e volumoso, que remete ao universo fantástico e lúdico da narrativa.

Figura 52 – Peças da coleção da linha vanguarda.



Fonte: Autoral, 2025.

Na linha *fashion*, foram alocadas peças com apelo de moda mais evidente, que acompanham tendências contemporâneas e traduzem o DNA criativo da TIG. Esse segmento inclui três blusas — a blusa longa com transparência, o colete de alfaiataria e a blusa com transparência e drapeados —, além da jaqueta, dois vestidos e o *trench coat*. Essas peças equilibram elementos inovadores com uma boa aceitação comercial, estando alinhadas com o comportamento de compra da cliente da marca.

Figura 53 – Peças da coleção da linha fashion.



Fonte: Autoral, 2025.

Já no segmento básico, foram posicionadas peças com maior versatilidade e apelo de uso no dia a dia, mantendo ainda a linguagem estética da coleção. Foram atribuídas a essa categoria o *body*, a calça, a *t-shirt* e um dos *shorts*.

Figura 54 – Peças da coleção da linha básica.



Fonte: Autoral, 2025.

As imagens contêm a divisão visual das peças por linha, assim como as simulações de cores aplicadas a cada uma delas, facilitando a compreensão do posicionamento estratégico de cada item dentro da coleção. Complementando essa visualização, a tabela apresentada a seguir organiza e quantifica cada peça da coleção, já considerando suas variações de cor.

A seguir, a tabela de planejamento numérico da coleção, que estrutura de forma clara e visual a quantidade de SKUs de cada produto incluído no mix. A tabela considera os principais critérios que impactam na complexidade produtiva e na oferta comercial: número de modelos, variações de cor, tamanhos disponíveis e total de SKUs resultantes.

Tabela 8 – Planejamento numérico da coleção por SKUs.

MIX DE COLEÇÃO - Planejamento Numérico - Quantidade de Skus				
Produto	Modelos	Cores	Tamanhos	SKUs
	1	2	3	6
	1	2	6	12
	1	3	4	12
	1	3	4	12
	1	1	4	4
	1	1	4	4
	1	4	6	24
	1	2	3	6
	1	3	4	12
	1	3	6	18
	1	2	6	12
	1	2	3	6
	1	1	3	3
	1	2	3	6
				137

Fonte: Autoral, 2025.

Um ponto importante a ser destacado é o critério adotado para a definição das grades de tamanho. A marca trabalha com duas estruturas principais:

Grade ampliada (ex: 34 ao 44): Utilizada em produtos confeccionados com tecidos de menor elasticidade, como o linho. Por possuírem menos maleabilidade, essas peças exigem uma gradação mais precisa para melhor vestibilidade. Exemplos disso são os produtos de alfaiataria, com ajuste mais justo ao corpo.

Grade padrão (P, M, G, GG): Aplicada em produtos com maior elasticidade ou com modelagem mais ampla, que naturalmente vestem uma variedade maior de corpos com menos necessidade de variações numéricas. Essa grade é predominante em t-shirts, regatas, malhas e vestidos com cortes mais soltos.

A distribuição das variações de cores também segue uma lógica estratégica: peças de maior apelo comercial ou versatilidade ganham mais opções de cor, enquanto itens mais marcantes ou com linguagem de moda mais específica são mantidos em três opções.

O total planejado da coleção soma 137 SKUs, número que reflete uma curadoria cuidadosa, equilibrando variedade com profundidade comercial. Cada produto é pensado para atender diferentes ocasiões de uso e perfis de consumidor, sempre mantendo a identidade da marca e otimizando os recursos de desenvolvimento e produção.

5.9 FICHAS DE DESENVOLVIMENTO

Para realizar as fichas de desenvolvimento, seguiremos como base o número 38, utilizando de base a tabela de medidas desenvolvidas pelo professor Paulo Fulco. Segue abaixo:

Tabela 9 - Tabela de medidas feminina (em centímetros)

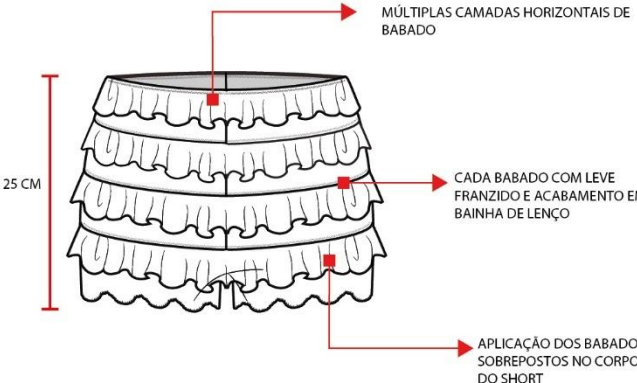
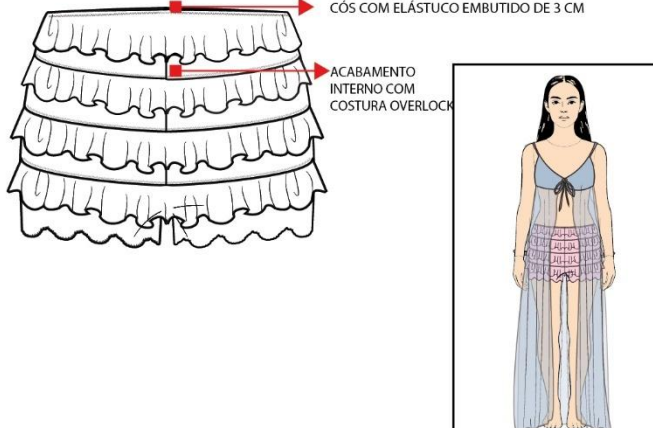
Partes do corpo		TAMANHOS					
		36	38	40	42	44	46
1	Busto	80	84	88	92	96	100
2	Distância de busto	16	17	18	19	20	21
3	Altura de busto	25	25,5	26	26,5	27	27,5
4	Altura do corpo Frente	41,8	42,3	42,8	42,3	43,3	43,8
5	Cintura	62	66	70	74	78	82
6	Quadril	88	92	96	100	104	108
7	Altura de quadril	19	19,5	20	20,5	21	21,5
8	Pescoço	34	35	36	37	38	39
9	Ombro	11	11,5	12	12,5	13	13,5
10	Punho	19	20	21	22	23	24
11	Compr. de manga	59	59,5	60	60,5	61	61,5
12	Largura Costas	34	35	36	37	38	39
13	Compr. de calça	103	104	105	106	107	108
14	Altura de gancho	24	24,5	25	25,5	26	26,5
15	Altura do joelho	57	57,5	58	58,5	59	59,5

Fonte: Modelagem Plana Feminina, 2004.

A seguir, apresenta-se a primeira ficha de desenvolvimento, detalhando as características e especificações técnicas do modelo.

Figura 56 – Ficha de desenvolvimento short babados - croqui 01.

FICHA DE DESENVOLVIMENTO							
Descrição	SHORT BABADOS						
Código do produto	12.25.002	Coleção	P/V 25 DROP 012	Grade	P	M	G
Estilista	GABRIELLE FERREIRA	Data	MAIO/25			X	
Tecido	Fornecedor	Cores Código	R\$/Unid.	GRAMATURA	LARGURA		
CORPO: TECIDO TULE LG 1,20 100% POLIESTER	ASSUF	ROSA/ 156986	R\$ 10,60 / 100cm	100g/m	1,20 M		
FORRO: CREPE ROMA - 92% POLIESTER 8% ELASTANO	RIBNITIS TECIDOS	ROSA/15667-06	R\$ 12,90 / 100cm	180g/m	1,50 M		

Fronte	Costas
	

Aviamentos	Código	Fornecedor	R\$/Unid.	Quantidade	Costura/Acabamento
LINHA	0997	ARMARINHO SÃO JOSE	R\$ 22,49/5000 M	EM MÉDIA 5 M	(X) Reta () Casadeira
ELÁSTICO	004724	MALULI	R\$ 23,50/100M	EM MÉDIA 4 M	() 2 agulhas () Botoneira
					() 3 agulhas () Elastiqueira
					(X) Overloque
					() Interloque
					(X) Galoneira
					() Trançadeira




Obs: ADICIONAR ETIQUETA DA MARCA + ETIQUETA DE COMPOSIÇÃO

Figura 58 – Ficha de desenvolvimento short alfaiataria - croqui 02.

FICHA DE DESENVOLVIMENTO										
Descrição	SHORT ALFAIATARIA									
Código do produto	12.25.004	Coleção	P/V 25 DROP 012	Grade	34	36	38	40	42	44
Estilista	GABRIELLE FERREIRA	Data	MAIO/25				X			
Tecido	Fornecedor		Cores Código	R\$/Unid.	GRAMATURA		LARGURA			
TECIDO CREPE ALFAIATARIA LEVE 96% POLIESTER 4% ELASTANO	MAXIMUS TECIDOS FINOS		AMARELO/4604	R\$ 39,00 / 100cm	220g/m		1,47 M			
				Frente	Costas					
Aviamentos	Código	Fornecedor	R\$/Unid.	Quantidade	Costura/Acabamento					
LINHA	0997	ARMARINHO SÃO JOSE	R\$ 22,49/5000 M	EM MÉDIA 3 M	(X) Reta		(X) Casadeira			
COLCHETE DE GANCHO PARA CALÇA	UTFR.847	ROMA AVIAMENTOS	R\$ 5,70/24 UN	1	() 2 agulhas		() Botoneira			
ZIPER FIXO FINO COM NYLON	001794=	MALULI ARMARINHO	R\$ 8,40/10 UN	1	() 3 agulhas		() Elastiqueira			
					(X) Overloque					
					() Interloque					
					() Galoneira					
					() Trançadeira					
Obs:	ADICIONAR ETIQUETA DA MARCA + ETIQUETA DE COMPOSIÇÃO									

Fonte: Autorial, 2025.

Figura 60 – Ficha de desenvolvimento casaco - croqui 04.

FICHA DE DESENVOLVIMENTO							
Descrição	CASACO PUFF FRANZIDO						
Código do produto	12.25.006	Coleção	P/V 25 DROP 012	Grade	P	M	G
Estilista	GABRIELLE FERREIRA	Data	MAIO/25			X	
Tecido	Fornecedor		Cores Código	R\$/Unid.	GRAMATURA	LARGURA	
TECIDO CORTA VENTO 100% POLIAMIDA	OL TECIDOS		BEGE/2596	R\$ 45,00/ 100cm	35g/m	1,50 M	
Frente				Costas			
							
							
Aviamentos	Código	Fornecedor	R\$/Unid.	Quantidade	Costura/Acabamento		
LINHA	0997	ARMARINHO SÃO JOSE	R\$ 22,49/5000 M	EM MÉDIA 2 M	(X) Reta	() Casadeira	
ELÁSTICO	004724	MALULI	R\$ 23,50/100M	EM MÉDIA 15 M	() 2 agulhas	() Botoneira	
ZÍPER	14407	MANDAR FABRICAR	R\$ 6,90/10 UN.	1 UNI.	() 3 agulhas	(X) Elastiqueira	
REGULADOR	FIM340-3	ALTERO	R\$ 3,44/1 UN.	2 UNI.	(X) Overloque		
ILHÓS	10001	ALTERO	R\$ 14,60/10 UN.	2 UNI.	() Interloque		
CORDÃO	005867	MALULI	R\$ 6,65/10 M	EM MÉDIA 2 M	() Galoneira		
					() Trançadeira		
Obs:	ADICIONAR ETIQUETA DA MARCA + ETIQUETA DE COMPOSIÇÃO						

Fonte: Autorial, 2025.

Figura 62 – Ficha de desenvolvimento jaqueta - croqui 07.

FICHA DE DESENVOLVIMENTO								
Descrição	JAQUETA UTILITÁRIA LINHO							
Código do produto	12.25.009	Coleção	P/V 25 DROP 012	Grade	PP	P	M	G
Estilista	GABRIELLE FERREIRA	Data	MAIO/25				X	
Tecido		Fornecedor		Cores Código	R\$/Unid.	GRAMATURA	LARGURA	
CORPO: 100% LINHO		JLM TECIDOS		PRETO/5489	R\$ 109,90 / 100cm	150g/m	1,40 M	
FORRO: ALPASEDA FAILETE LEGÍTIMA - 100% ACETATO		UNIVERSO DO PROFISSIONAL		PRETO/18985	R\$ 37,50 / 100cm	75g/m	1,40 M	
				Frente	Costas			
Aviamentos	Código	Fornecedor	R\$/Unid.	Quantidade	Costura/Acabamento			
LINHA	0997	ARMARINHO SÃO JOSE	R\$ 22,49/5000 M	EM MÉDIA 2 M	(X) Reta	(X) Casadeira		
BOTÃO NÍQUEL	1882-28	ALTERO	R\$ 2,45/UNIDADE	4 UNIDADES	() 2 agulhas	(X) Botoneira		
ELÁSTICO 50MM	008464	MALULI	R\$ 31,25/25M	EM MÉDIA 1 M	() 3 agulhas	() Elastiqueira		
ENTRETELA	7205	MAXIMUS	R\$ 39,00/M	20 CM	() Overloque			
ZÍPER DESTACÁVEL	001838	MALULI	R\$ 27,10/10 UN.	1 UNI.	() Interloque			
					(X) Galoneira			
					() Trançadeira			
Obs:	ADICIONAR ETIQUETA DA MARCA + ETIQUETA DE COMPOSIÇÃO							

Fonte: Autoral, 2025.

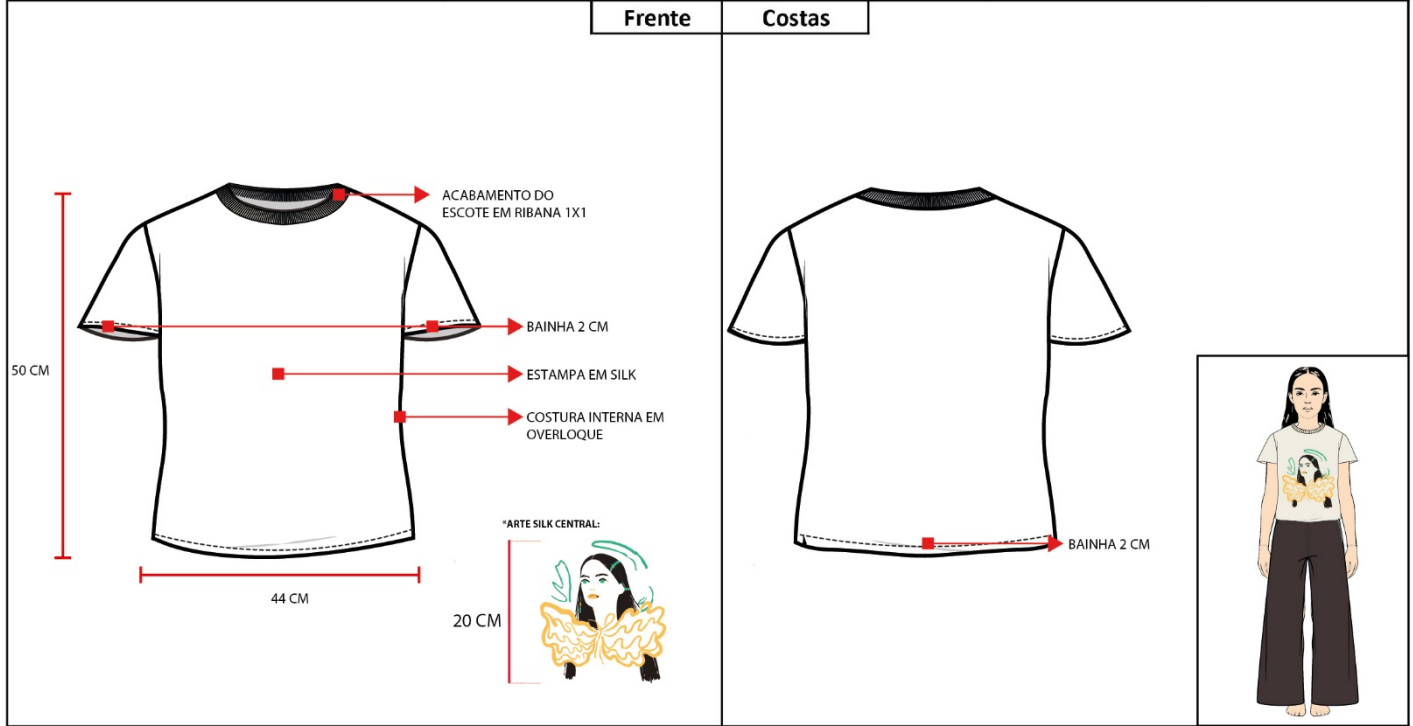
Figura 63 - Ficha de desenvolvimento croqui 07.

FICHA DE DESENVOLVIMENTO										
Descrição	CALÇA CINTURA ALTA ALFAIATARIA LINHO									
Código do produto	12.25.010	Coleção	P/V 25 DROP 012	Grade	34	36	38	40	42	44
Estilista	GABRIELLE FERREIRA	Data	MAIO/25				X			
Tecido	Fornecedor		Cores Código	R\$/Unid.	GRAMATURA		LARGURA			
CORPO: 100% LINHO	JLM TECIDOS		PRETO/5489	R\$ 109,90 / 100cm	150g/m		1,40 M			
FORRO: ALPASEDA FAILETE LEGÍTIMA - 100% ACETATO	UNIVERSO DO PROFISSIONAL		PRETO/18985	R\$ 37,50 / 100cm	75g/m		1,40 M			
Frente					Costas					
Aviamentos	Código	Fornecedor	R\$/Unid.	Quantidade	Costura/Acabamento					
LINHA	0997	ARMARINHO SÃO JOSE	R\$ 22,49/5000 M	EM MÉDIA 2 M	<input checked="" type="checkbox"/> Reta		<input type="checkbox"/> Casadeira			
ZÍPER INVISÍVEL	14407	PURO ALGODÃO	R\$ 6,90/10 UN.	2 UNID.	<input type="checkbox"/> 2 agulhas		<input type="checkbox"/> Botoneira			
					<input type="checkbox"/> 3 agulhas		<input type="checkbox"/> Elastiqueira			
					<input checked="" type="checkbox"/> Overloque					
					<input type="checkbox"/> Interloque					
					<input type="checkbox"/> Galoneira					
					<input type="checkbox"/> Traçadeira					
Obs:	ADICIONAR ETIQUETA DA MARCA + ETIQUETA DE COMPOSIÇÃO									

Fonte: Autoral, 2025.

Figura 66 - Ficha de desenvolvimento croqui 10.

FICHA DE DESENVOLVIMENTO								
Descrição	BABY TEE ESTAMPA BELLA							
Código do produto	12.25.014	Coleção	P/V 25 DROP 012	Grade	PP	P	M	G
Estilista	GABRIELLE FERREIRA	Data	MAIO/25				X	
Tecido	Fornecedor		Cores Código	R\$/Unid.	GRAMATURA		LARGURA	
MALHA DE ALGODÃO - 100% ALGODÃO	ARADEFE		OFF WHITE/548	R\$ 60,60/KG	160g/m		90 CM	



Aviamentos	Código	Fornecedor	R\$/Unid.	Quantidade	Costura/Acabamento
LINHA	0997	ARMARINHO SÃO JOSE	R\$ 22,49/5000 M	EM MÉDIA 2 M	(X) Reta () Casadeira
RIBANA 1X1	102.39	ARADEFE	R\$ 25,78/M	0,2 M	() 2 agulhas () Botoneira
					() 3 agulhas () Elastiqueira
					(X) Overloque
					() Interloque
					() Galoneira
					() Trançadeira
Obs:	ADICIONAR ETIQUETA DA MARCA + ETIQUETA DE COMPOSIÇÃO				

Fonte: Autoral, 2025.

Figura 67 - Ficha de desenvolvimento body - croqui 05.

FICHA DE DESENVOLVIMENTO								
Descrição	BODY GOLA ALTA FLUITY							
Código do produto	12.25.007	Coleção	P/V 25 DROP 012	Grade	PP	P	M	G
Estilista	GABRIELLE FERREIRA	Data	MAIO/25				X	
Tecido	Fornecedor		Cores Código	R\$/Unid.	GRAMATURA		LARGURA	
MALHA FLUITY - 96% POLIESTER + 4% ELASTANO	ASSUF		BEGE/2596	R\$ 39,90/ KG	250g/m		1,47 M	
Frente				Costas				
Aviamentos	Código	Fornecedor	R\$/Unid.	Quantidade	Costura/Acabamento			
LINHA	0997	ARMARINHO SÃO JOSE	R\$ 22,49/5000 M	EM MÉDIA 2 M	<input checked="" type="checkbox"/> Reta <input type="checkbox"/> Casadeira <input type="checkbox"/> 2 agulhas <input type="checkbox"/> Botoneira <input type="checkbox"/> 3 agulhas <input type="checkbox"/> Elastiqueira <input checked="" type="checkbox"/> Overloque <input type="checkbox"/> Interloque <input checked="" type="checkbox"/> Galoneira <input type="checkbox"/> Trançadeira			
BOTÃO INVISÍVEL	8120/60	CASA ROMEU	R\$ 11,11/10 UN.	2 UNI.				
ZÍPER INVISÍVEL	14407	PURO ALGODÃO	R\$ 6,90/10 UN.	1 UNI.				
Obs:	ADICIONAR ETIQUETA DA MARCA + ETIQUETA DE COMPOSIÇÃO							

Fonte: Autoral, 2025.

Figura 68 - Ficha de desenvolvimento croqui 09.

FICHA DE DESENVOLVIMENTO								
Descrição	MINI SAIA TULE TRANSPASSE DRAPEADA							
Código do produto	12.25.013	Coleção	P/V 25 DROP 012	Grade	PP	P	M	G
Estilista	GABRIELLE FERREIRA	Data	MAIO/25				X	
Tecido		Fornecedor		Cores Código	R\$/Unid.	GRAMATURA	LARGURA	
CORPO: TECIDO TULE LG 1,20 100% POLIESTER		ASSUF		MARROM/4715	R\$ 10,60 / 100cm	100g/m	1,20 M	
				Frente	Costas			
Aviamentos	Código	Fornecedor	R\$/Unid.	Quantidade	Costura/Acabamento			
LINHA	0997	ARMARINHO SÃO JOSE	R\$ 22,49/5000 M	EM MÉDIA 2 M	<input checked="" type="checkbox"/> Reta	<input type="checkbox"/> Casadeira		
ELÁSTICO	004724	MALULI	R\$ 23,50/100M	EM MÉDIA 1 M	<input type="checkbox"/> 2 agulhas	<input type="checkbox"/> Botoneira		
LINHA LASTEX	X	SILVIA ARMARINHO	R\$ 8,99/100M	EM MÉDIA 1 M	<input type="checkbox"/> 3 agulhas	<input type="checkbox"/> Elastiqueira		
					<input checked="" type="checkbox"/> Overloque			
					<input type="checkbox"/> Interloque			
					<input checked="" type="checkbox"/> Galoneira			
					<input type="checkbox"/> Trançadeira			
Obs:	ADICIONAR ETIQUETA DA MARCA + ETIQUETA DE COMPOSIÇÃO							

Fonte: Autorial, 2025.

5.10 PROTÓTIPO

Durante o processo de desenvolvimento da coleção, dois primeiros protótipos foram fundamentais para entender, na prática, como a escolha de matéria-prima impacta diretamente na percepção estética e na coerência com os códigos da marca. Foram desenvolvidas uma blusa e uma saia, peças que compõem o croqui 09, utilizando os tecidos fluity e tule, que, apesar de suas qualidades técnicas, não atenderam às expectativas em relação ao caimento, sofisticação e modernidade esperadas.

Ao observar as peças finalizadas, ficou evidente que a escolha do material e a modelagem desenvolvidas não remetiam ao DNA da marca nem transmitiam a proposta de elegância contemporânea que são o norte da coleção. Esse momento foi essencial para repensar não só os tecidos, mas também detalhes de modelagem e acabamento, que são ajustados nas fichas e nas escolhas dos protótipos seguintes.

A imagem a seguir mostra o protótipo inicial e serve como registro do processo experimental e dos aprendizados fundamentais que levaram à evolução do produto.

Figura 69 – Primeiro protótipo desenvolvido.



Fonte: Autoral, 2025.

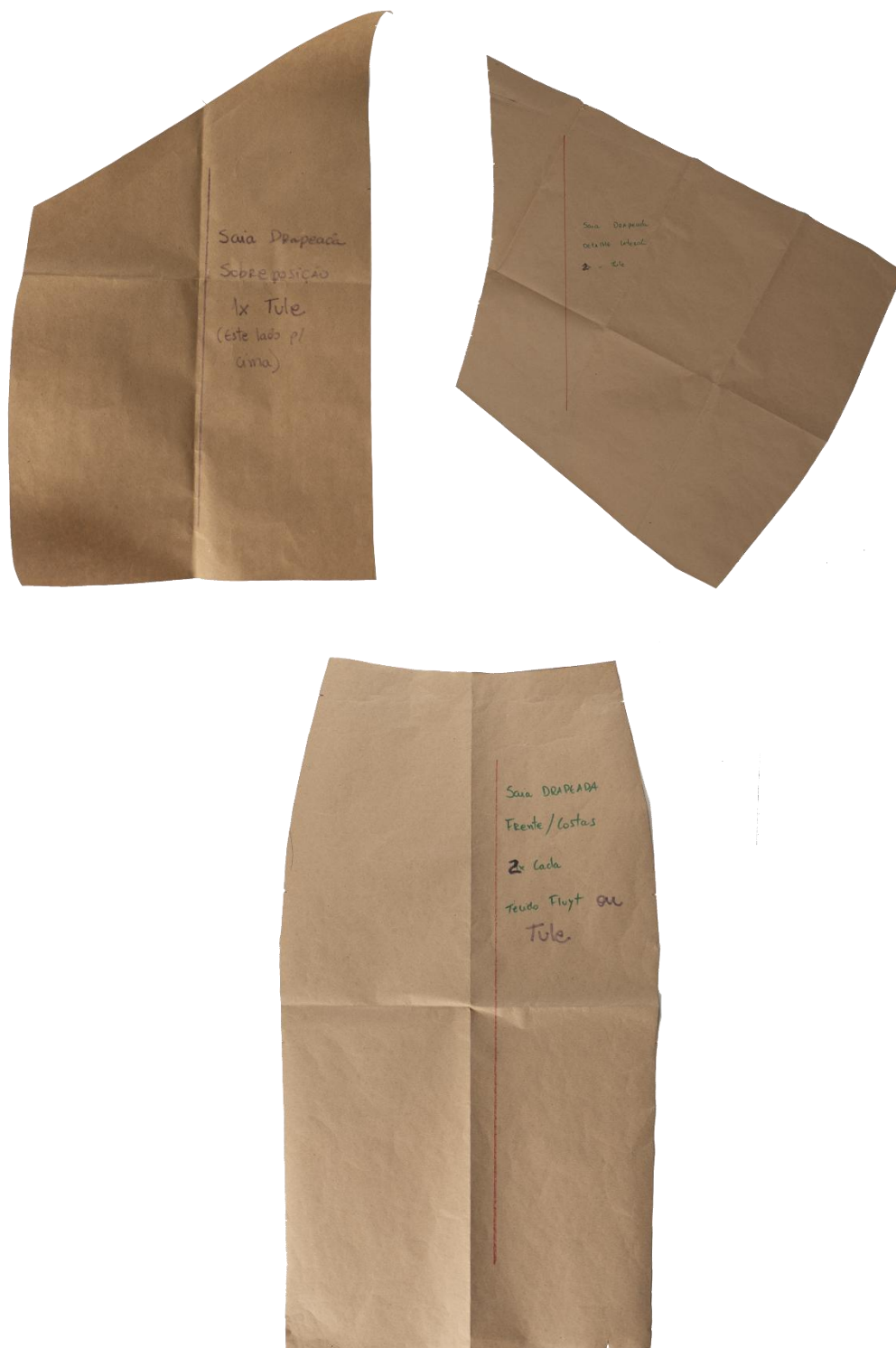
As peças escolhidas para fazer o protótipo final foram o body gola alta fluity do croqui 03 e a mini saia tule transpasse drapeada do croqui 09. Segue abaixo foto da modelagem das peças:

Figura 70 – Modelagem body frente e costas.



Fonte: Autoral, 2025.

Figura 71 – Modelagem body frente e costas.



Fonte: Autorial, 2025.

A partir do desenvolvimento da modelagem, as peças foram desenvolvidas conforme a ficha técnica. Segue imagem dos produtos prontos:

Figura 72 – Imagem do body pilotado.



Fonte: Autoral, 2025.

Figura 73 – Imagem da saia tule pilotada.



Fonte: Autoral, 2025.

5.11 FICHA TÉCNICA

Este subcapítulo apresenta a ficha técnica, documento fundamental no processo de desenvolvimento de produto, que reúne informações detalhadas sobre a peça, incluindo o custo final estimado e os processos de costura envolvidos. A ficha técnica funciona como um guia prático e minucioso, fornecendo um passo a passo para a produção, garantindo a padronização, qualidade e eficiência na fabricação.

Figura 75 – Ficha técnica Mini Saia Tule Transpasse Drapeada – Croqui 09.

FICHA TÉCNICA								
Descrição	MINI SAIA TULE TRANSPASSE DRAPEADA							
Código do produto	12.25.013	Coleção	P/V 25 DROP 012	Grade	PP	P	M	G
Estilista	GABRIELLE FERREIRA	Data	MAIO/25				X	
FRENTE				COSTAS		MATÉRIA-PRIMA		
						<p>TECIDO TULE LG</p> <p>FORNECEDOR: ASSUF</p> <p>COMPOSIÇÃO: 100% POLIÉSTER</p> <p>GRAMATURA: 100 G/M²</p> <p>LARGURA: 1,57 M</p>		
OBSERVAÇÕES								
SAIA COM COSTURAS LATERAIS DRAPEADAS E SOBREPOSIÇÃO FRONTAL COM COSTURA DRAPEADA. FAIXAS LATERAIS QUE POSSIBILITAM AMARRAÇÃO.								

MATERIAIS	QUANTIDADE	COR	FORNECEDOR	CUSTO	TOTAL
TECIDO TULE LG	2,5 METROS	PRETO	ASSUF	R\$ 10,60/M	R\$ 26,50
ELÁSTICO	1 METRO		MALULI	R\$ 23,50/100M	R\$ 2,35
CUSTO TOTAL:					R\$ 28,85

FICHA TÉCNICA								
Descrição	MINI SAIA TULE TRANSPASSE DRAPEADA							
Código do produto	12.25.013	Coleção	P/V 25 DROP 012	Grade	PP	P	M	G
Estilista	GABRIELLE FERREIRA	Data	MAIO/25				X	
SEQUÊNCIA OPERACIONAL:								
NÚMERO	OPERAÇÕES					MAQUINÁRIO		
01	PREPARAR DETALHE SOBREPOSTO - PASSANDO LASTEX NA LATERAL DIREITA E NO CENTRO					RETA		
02	UNIR LATERAIS FRENTE E COSTAS EMBUTINDO A LATERAL EXTERNA E O DETALHE SOBREPOSTO					OVERLOQUE		
03	UNIR FORRO FRENTE E COSTAS - DEIXAR ABERTURA DE 5CM PRA REVIRAR A PEÇA					OVERLOQUE		
04	APLICAS ELÁSTICO NA CINTURO DO FORRO					GALONEIRA		
05	REBATER ELÁSTICO APENAS NO FORRO					RETA		
06	APLICAS LASTEX NAS LATERAIS -ATÉ CHEGAR NA MEDIDA FINAL DO COMPRIMENTO - PARTE EXTERNA E FORRO					RETA		
07	COSTURAR FORRO NA PARTE EXTERNA UNINDO A CINTURA					OVERLOQUE		
08	APLICAR ELÁSTICO FINO NAS LATERAIS NA MEDIDA DO COMPRIMENTO DA SAIA UNINDO FORRO A PARTE EXTERNA					GALONEIRA		
09	REVIRAR A PEÇA					MANUAL		
10	FECHAR A ABERTURA INTERNA					MANUAL		

5.12 EDITORIAL

As peças feitas foram fotografadas e parte do editorial foi desenvolvido com o auxílio de ferramentas de inteligência artificial, a partir das fichas técnicas e desenhos técnicos previamente elaborados. Foram utilizadas as plataformas ChatGPT e Meta AI, por meio do envio dos desenhos acompanhados do seguinte prompt: *“Crie uma imagem real de um editorial para o site da marca TIG a partir desse desenho.”*

As imagens geradas representam visualmente as propostas de design desenvolvidas, permitindo uma pré-visualização realista das peças aplicadas em um cenário editorial. Algumas imagens apresentam pequenas variações em relação aos desenhos originais, sendo necessário, em caso de produção física, definir quais elementos seguir com precisão na etapa de costura. A utilização da inteligência artificial nesse processo permitiu agilidade e uma abordagem inovadora na construção imagética da coleção, contribuindo para a comunicação visual e a apresentação final do projeto.

Figura 76 – Foto editorial 01.



Fonte: Autoral, 2025.

Figura 77 – Foto editorial 02.



Fonte: Autorial, 2025.

Figura 78 – Foto editorial 03.



Fonte: Autorial, 2025.

Figura 79 – Foto editorial 04.



Fonte: Autorial, 2025.

Figura 80 – Foto editorial 05.



Fonte: Aural, 2025.

Figura 81 - Croqui 01: variações de cor



Fonte: Chat GPT, 2025. ³

³ O *prompt* utilizado para geração dessa imagem foi o envio da imagem do croqui + o seguinte comando: Crie uma imagem de *shooting* para a marca TIG com fundo branco sabendo que o modelo inclui uma blusa alongada em crepe de seda com transparência e o short é em camadas de tule. A modelo deve ser branca com cabelos pretos.

Figura 82 - Croqui 02: variações de cor.



Fonte: Chat GPT, 2025. ⁴

⁴ O *prompt* utilizado para geração dessa imagem foi o envio da imagem do croqui + o seguinte comando: Crie uma imagem de *shooting* para a marca TIG com fundo branco sabendo que o modelo inclui um colete em alfaiataria com fechamento em colchete e o short é mini em alfaiataria. A modelo deve ser branca com cabelos pretos.

Figura 83 - Croqui 03.



Fonte: Chat GPT, 2025. ⁵

⁵ O *prompt* utilizado para geração dessa imagem foi o envio da imagem do croqui + o seguinte comando: Crie uma imagem de *shooting* para a marca TIG com fundo branco sabendo que o modelo inclui um vestido em crepe. A modelo deve ser branca com cabelos pretos.

Figura 84 - Croqui 04.



Fonte: Meta AI, 2025. ⁶

⁶ Essa foto foi feita pela inteligência artificial META, com o seguinte prompt: crie uma foto da peça de corpo inteiro, para um editorial de moda, a peça é um casaco feito inteiramente em tafetá de nylon, com modelagem puff e um capuz exagerado e funcional. A cor é bege e os aviamentos devem ser na cor prata. Volumoso, leve e com estrutura. Silhueta bufante.

Figura 85 - Croqui 05: variações de cor.



Fonte: Chat GPT, 2025. ⁷

⁷ O *prompt* utilizado para geração dessa imagem foi o envio da imagem do croqui + o seguinte comando: Crie uma imagem de *shooting* para a marca TIG com fundo branco sabendo que o modelo inclui um body em fluity e o short é mini em alfaitaria. A modelo deve ser branca com cabelos pretos.

Figura 86 - Croqui 06.



Fonte: Chat GPT, 2025. ⁸

⁸ O *prompt* utilizado para geração dessa imagem foi o envio da imagem do croqui + o seguinte comando: Crie uma imagem de *shooting* para a marca TIG com fundo branco sabendo que o modelo inclui um *trench coat* em linho. A modelo deve ser branca com cabelos pretos.

Figura 87 - Croqui 07.



Fonte: Chat GPT, 2025. ⁹

⁹ O *prompt* utilizado para geração dessa imagem foi o envio da imagem do croqui + o seguinte comando: Crie uma imagem de *shooting* para a marca TIG com fundo branco sabendo que o modelo inclui uma jaqueta utilitária em linho e uma calça de alfaiataria. A modelo deve ser branca com cabelos pretos.

Figura 88 - Croqui 08.



Fonte: Chat GPT, 2025.¹⁰

¹⁰ O *prompt* utilizado para geração dessa imagem foi o envio da imagem do croqui + o seguinte comando: Crie uma imagem de *shooting* para a marca TIG com fundo branco sabendo que o modelo inclui um vestido longo em crepe de seda branco com uma sobreposição de mangas longas e fluídas com transparência. A modelo deve ser branca com cabelos pretos.

Figura 89 - Croqui 09.



Fonte: Chat GPT, 2025. ¹¹

¹¹ O *prompt* utilizado para geração dessa imagem foi o envio da imagem do croqui + o seguinte comando: Crie uma imagem de *shooting* para a marca TIG com fundo branco sabendo que o modelo inclui uma saia em tule com faixas laterais para amarração e um body de gola alta em crepe de seda com mangas longas e fluidas que possuem transparência. A modelo deve ser branca com cabelos pretos.

Figura 90 - Croqui 10.



Fonte: Chat GPT, 2025. ¹²

¹² O *prompt* utilizado para geração dessa imagem foi o envio da imagem do croqui mais a estampa da blusa e o seguinte comando: Crie uma imagem de *shooting* para a marca TIG com fundo branco sabendo que o modelo inclui uma *baby tee* com a estampa enviada e uma calça de alfaiataria. Coloque uma blusa de renda por baixo para *styling*.

6 CONCLUSÃO

O Trabalho de Conclusão de Curso apresentado teve como principal objetivo o desenvolvimento de uma coleção inspirada no filme *Pobres Criaturas* (2023), dirigido por Yorgos Lanthimos, para a marca TIG. A narrativa da personagem Bella Baxter — marcada por uma intensa metamorfose física, emocional e intelectual — serviu como ponto de partida conceitual e simbólico para o direcionamento criativo das peças que compõem a coleção.

A análise da marca TIG, o mapeamento dos seus 4Ps, o estudo da sua comunicação visual e das suas principais referências de moda, bem como a construção de uma persona fictícia alinhada ao público da marca, foram etapas fundamentais para compreender os caminhos possíveis para essa nova proposta. Ao longo dessa trajetória, foi possível identificar uma oportunidade de trazer à TIG uma linguagem que dialoga com a moda contemporânea e com narrativas simbólicas, ampliando seu campo de atuação dentro do mercado premium.

A partir dessa premissa, o projeto se debruçou sobre o entendimento estético e filosófico do filme, relacionando temas como liberdade, construção da identidade, feminilidade e transformação em conjunto com as tendências do mercado. Foi realizado um levantamento de referências visuais, cinematográficas e conceituais que subsidiaram a construção de uma proposta com forte apelo narrativo e imagético, mas que ainda se mantivesse conectada à realidade do mercado de moda autoral e independente.

Durante o processo, foram feitos experimentos materiais e de modelagem que contribuíram para amadurecer a proposta criativa. Os primeiros protótipos — uma blusa e uma saia desenvolvidas em tule e fluity — não traduziram com precisão os valores de sofisticação, modernidade e elegância esperados. Essa etapa, apesar de frustrante em um primeiro momento, foi essencial para reavaliar a escolha do tecido e acabamentos utilizados, levando à reformulação dos protótipos de forma mais adequada à proposta da marca.

Como recurso complementar, foram utilizadas ferramentas de inteligência artificial para gerar imagens realistas dos produtos desenvolvidos. Esse recurso possibilitou visualizar melhor a proposta estética das peças e reforçar sua apresentação visual, aproximando-as de um cenário editorial. No entanto, durante esse processo, foi identificado que alguns ajustes nos desenhos técnicos e na

formulação dos *prompts* utilizados seriam necessários para uma transposição mais fiel entre a imagem gerada e o produto físico. Tais observações serão fundamentais para a etapa de produção futura.

A coleção resultante propõe uma leitura contemporânea sobre o corpo feminino como território de invenção e liberdade. Cada *look* foi concebido para representar uma etapa do processo de autoconhecimento da personagem, com peças que exploram volumes, transparências, assimetrias e elementos simbólicos como a ilustração da personagem.

Com base na análise de tendências, comportamento de consumo e estética narrativa, foi possível propor uma coleção viável do ponto de vista técnico e coerente com os valores conceituais que a embasam. O resultado é uma coleção comercial, que atende a um público interessado em vestir-se com propósito, como o público da TIG.

Por fim, este trabalho serviu como uma imersão prática em todas as etapas de criação de uma coleção de moda, desde a pesquisa e análise de mercado até a finalização de protótipos. A experiência adquirida reforça não só o repertório criativo, mas também a capacidade de propor soluções viáveis e inovadoras para o universo da moda. A coleção desenvolvida poderá servir como referência futura para a marca TIG, caso deseje investir em colaborações conceituais que aproximem ainda mais o público da moda enquanto expressão artística e narrativa.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR-6023**: Informação e documentação: Referência: Elaboração. São Paulo, 2018.

_____. **NBR-6024**: informação e documentação: Numeração progressiva das seções de um documento escrito: Apresentação. São Paulo, 2012.

_____. **NBR-6027**: Informação e documentação: Sumário: Apresentação. São Paulo, 2012.

_____. **NBR-6028**: Informação e documentação: Resumo: Apresentação. São Paulo, 2021.

_____. **NBR-6034**: Informação e documentação: Índice: Apresentação. São Paulo, 2004.

_____. **NBR-10520**: Informação e documentação: Citações em documentos: Apresentação. São Paulo, 2002.

_____. **NBR-14724**: Informação e documentação: Trabalhos Acadêmicos: Apresentação. São Paulo, 2011.

ANDREWS, Arden Fanning. **As Patricinhas de Beverly Hills: como os personagens se vestiriam hoje**. Vogue Internacional, 27 jul. 2021. Disponível em: <https://vogue.globo.com/moda/noticia/2021/07/patricinhas-de-beverly-hills-como-os-personagens-se-vestiriam-hoje.html>. Acesso em: 19 fev. 2025.

BUCHANAN, Kyle. **Emma Stone and Yorgos Lanthimos Have Nothing and Everything in Common**. The New York Times, 29 Nov. 2023. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2023/11/29/movies/emma-stone-yorgos-lanthimos-poor-things.html>. Acesso em: 12 mar. 2025.

CALANCA, Daniela. **História social da moda**. São Paulo. Ed. SENAC, 2008

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social**. São Paulo: Senac, 2006.

DARGIS, Manohla. **'Poor Things' Review: Monster Mash**. The New York Times, 7 dez. 2023. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2023/12/07/movies/poor-things-review.html>. Acesso em: 12 mar. 2025.

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. Tradução de Jefferson Luiz Camargo. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

DURAND, José Carlos. **Moda, luxo e economia**. São Paulo: Babel, 2009.

FERREIRA, Caroline. **Relembre looks da Fernanda Torres na corrida até o Oscar 2025**. CNN, fevereiro, 2025. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/lifestyle/relembre-looks-de-fernanda-torres-na-corrida-ate-o-oscar-2025/>. Acesso em: 01 mar. 2025.

FRIEDMAN, Vanessa. **The Year of the Mega Sleeve**. The New York Times, 10 dez. 2023. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2023/12/10/style/sleeves-poor-things.html>. Acesso em: 12 mar. 2025.

FROMM, Jeff; GARTON, Christie. **Marketing to millennials: reach the largest and most influential generation of consumers ever**. New York: AMACOM, 2013.

FULCO, Paulo. **Modelagem Plana Feminina**, Senac Nacional, S.P. 2004,

GERALDO, Nathalia. **'Pobres criaturas': o figurino da protagonista do filme com 11 indicações ao Oscar é uma ode ao feminismo**. Marie Claire, 3 fev. 2024. Disponível em: <https://revistamarieclaire.globo.com/moda/noticia/2024/02/pobres-criaturas-o-figurino-da-protagonista-do-filme-com-11-indicacoes-ao-oscar-e-uma-ode-ao-feminismo.ghtml>. Acesso em: 12 mar. 2025.

GODART, Frédéric. **Sociologia da moda**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010.

JACOB, Paula. **Figurino de 'Pobres Criaturas' é um passeio na evolução da protagonista vivida por Emma Stone**. Vogue, março, 2024. Disponível em: <https://vogue.globo.com/cultura/noticia/2024/03/figurino-pobres-criaturas.ghtml>. Acesso em: 20 out. 2024.

JACOB, Paula. **'Pobres Criaturas', de Yorgos Lanthimos, é um convite à experimentação da vida**. Vogue, 2024. Disponível em: <https://vogue.globo.com/cultura/noticia/2024/02/pobres-criaturas-de-yorgos-lanthimos-e-um-convite-a-experimentacao-da-vida.ghtml>. Acesso em: 12 mar. 2025.

KHUMALO, Sthandiwe. **Passarelas P/V 25: feminino — Jaquetas e casacos**. WGSN, 21 out. 2024. Disponível em: <https://www.wgsn.com/fashion/article/66ffb145ede7f8c1f10bcf0b>. Acesso em: 15 abr. 2025.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 14. ed. Tradução de Sônia Midori Yamamoto. Revisão técnica de Edson Crescitelli. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2006.

LANGE, Julia. **"Pobres criaturas", com Emma Stone, é ovacionado em Veneza**. FFW, 5 set. 2023. Disponível em: <https://ffw.com.br/noticias/cinema/filme-pobres-criaturas-com-emma-stone-e-ovacionado-em-veneza/>. Acesso em: 12 mar. 2025.

MAGRO, Juliane Salete; MACEDO, Kárita Bernardo de. **Moda e memória: a biografia de um vestido de noiva de 1984**. Londrina, Projética, 2018.

MARQUES, Janote; ALMEIDA, Regina. **Figurino e cinema: uma experiência didática na formação acadêmica do designer de moda**. Projética, 2018.

MARTELLINI, Sofia; CHANT, Maddie. **Dados analíticos das passarelas P/V 25: pontos de ação**. WGSN, 30 out. 2024. Disponível em: <https://www.wgsn.com/fashion/article/67192e648727c3c3e1c3262f>. Acesso em: 15 abr. 2025.

MARTIN, Marcel. **A linguagem cinematográfica**. Dinalivro: 2005.

Melania opta por look escuro para posse de Donald Trump e lembra figurino de funeral. O Globo, janeiro, 2025. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/ela/moda/noticia/2025/01/20/melania-opta-por-marcas-americanas-para-posse-de-donald-trump.ghtml> Acesso em: 19 fev. 2025.

Modelagem Plana Feminina. São Paulo: Senac Nacional, 2004.

MUKHTAR, Amel. **Exclusivo: Jacqueline Durran, Costtume Designer do filme Barbie, fla sobre Chanel vintage, a roupa interior do Ken e sobre o styling do filme deste verão**. Vogue, junho, 2023. Disponível em: <https://www.vogue.pt/exclusivo-jacqueline-durran-costume-designer-do-filme-barbie-fala-sobre-chanel-vintage-a-roupa-interior-do-ken-e-sobre-o-styling-do-filme-deste-ver-o#:~:text=%22A%20Barbie%20est%C3%A1%20muito%20ligada,a%20sua%20forma%20de%20express%C3%A3o%22>. Acesso em: 19 fev. 2025.

PALLOTINI, Renata. **Dramaturgia: construção do personagem**. São Paulo: Editora Ática, 1989.

PÉTALA, Isabela. **Stylist de Fernanda Torres há 15 anos, Antonio Frajado relembra trajetória e compartilha bastidores dos maiores tapetes vermelhos do mundo**. Vogue, 2025. Disponível em: <https://vogue.globo.com/moda/noticia/2025/02/stylist-de-fernanda-torres-ha-15-anos-antonio-frajado-relembra-trajetoria-e-compartilha-bastidores-dos-maiores-tapetes-vermelhos-do-mundo.ghtml>. Acesso em: 21 fev. 2025.

Poor Things. Direção de Yorgos Lanthimo: Searchlight Pictures, 2023.

POSNER, Harriet. **Marketing de moda**. São Paulo. Editora Gustavo Gili, 2016.

ROUBINE, Jean-Jacques. **A Linguagem da Encenação Teatral**. Local: Editora, 1998. 127 p.

SAMBA, Urangoo. **Previsão de cores mundiais P/V 25**. WGSN, 31 mar. 2023. Disponível em: <https://www.wgsn.com/fashion/article/6408a82fb25c48f7c8f8de18>. Acesso em: 21 abr. 2025.

SANTANA, Luciana Wolff Apolloni; SENKO, Elaine Cristina. Perspectivas da Era Vitoriana: sociedade, vestuário, literatura e arte entre os séculos XIX e XX. *Revista Diálogos Mediterrânicos*, n. 10, p. 189-210, jun. 2016. Disponível em: <https://www.dialogosmediterrânicos.com.br/RevistaDM/article/view/209/216>. Acesso em: 03 jun. 2025.

SETH, Radhika. **Dispatch From Venice: Poor Things Is a Madcap Delight With a Dazzling Emma Stone Performance**. Vogue, set. 2023. Disponível em: <https://www.vogue.com/article/poor-things-review-venice-film-festival> Acesso em: 12 mar. 2025.

SETH, Radhika. **Poor Things's Costume Designer on Creating a Sexually Liberated Fashion Fantasia**. Vogue, 8 dez. 2023. Disponível em: <https://www.vogue.com/slideshow/poor-things-costume-designer-holly-waddington-interview>. Acesso em: 12 mar. 2025.

SKLIAROVA, Julia. **Passarelas P/V 25: feminino - Vestidos**. WGSN, 23 out. 2024. Disponível em: <https://www.wgsn.com/fashion/article/66fd57317763d45b919befbf>. Acesso em: 21 abr. 2025.

SPELLINGS, Sarah. **Creating Clueless's Iconic Wardrobe**. Vogue, 17 jul. 2020. Disponível em: <https://www.vogue.com/article/clueless-costumes-mona-may-interview>. Acesso em: 15 fev. 2025.

TAPSCOTT, Don. **La era digital: cómo la generación net está transformando al mundo**. 1. ed. Madrid: McGraw-Hill Interamericana de España S.L., 2012.

TIG, 2025. Disponível em: <https://www.tigstore.com.br/> Acesso em: março, 2025.

WADDINGTON, Holly. **Poor Things's Costume Designer on Creating a Sexually Liberated Fashion Fantasia**. SETH, Radhika. Vogue, 8 dez. 2023. Disponível em: <https://www.vogue.com/slideshow/poor-things-costume-designer-holly-waddington-interview>. Acesso em: 12 mar. 2025.