A INFLUÊNCIA DAS TENDÊNCIAS DE MODA NOS FIGURINOS

Elisa Carneiro de Castro[1], Sandra Regina Rech[2]

[1] Acadêmica do Curso de Moda, CEART – bolsista PROBIC/UDESC.
[2] Orientadora, Departamento de Moda, CEART – sandra.rech@udesc.com.br

Palavras-chave: Figurino. Tendências. Consumo.

A criação de figurinos, apesar de estar condicionada às épocas de suas produções, é um produto de moda que auxilia a consolidar a personalidade dos personagens por meio das vestes, as quais carregam em si valores, ideais e posicionamentos. De fato, embora muitas produções sejam de períodos posteriores ou futuros aos dias atuais, nota-se que há a influência das tendências na criação dos figurinos, tornando-os um objeto de consumo para os telespectadores. O objetivo dessa pesquisa foi, portanto, investigar de que maneira ocorre a intervenção das tendências na área da moda durante a execução dos figurinos para televisão e cinema e, até que ponto, essa alteração é coerente com o período temporal da produção cinematográfica. Tem-se, como exemplo, o musical *Mamma Mia: here we go again* (2018), no qual, apesar de se passar nos anos 1970, possui um figurino *vintage* com peças que estão em voga atualmente, como *hot pants*, macacões, babados e os icônicos tênis *All Star*. No entanto, repara-se que os aspectos considerados marcantes da década da produção foram excluídos do vestuário, como as estampas chamativas e as cores contrastantes. Nota-se, igualmente, a estética sóbria utilizada para os personagens masculinos, optando-se por peças com aparência contemporânea e *clean*, e excluindo-se as calças bocas de sino e as tonalidades fortes, marcantes daqueles anos. É evidente que é mais atrativo, do ponto de vista comercial, inserir itens que englobam as tendências atuais, pois geram, nas consumidoras que estão assistindo ao filme, o desejo de comprar determinada peça daquela personagem específica. Isso ocorre de forma que o figurino serve como um meio de mostrar aos telespectadores os desejos que eles nem sabiam que tinham, mas que, de repente, foram despertados pelo uso da personagem utilizando tais vestes. Um comportamento semelhante pode ser visto nas telenovelas brasileiras, nas quais, mesmo que situadas em uma época distinta da atual, consegue influenciar as tendências de comportamento de toda uma população, que irá querer comprar até os mínimos detalhes utilizados pelos protagonistas: colares, roupas e até a cor exata do esmalte utilizado. Sob essa ótica, Fogliarini (2015), ao desenvolver todo um estudo sobre as novelas serem a vitrine da moda, afirma que a moda, quando atrelada ao entretenimento televisivo, influencia os consumidores a investir seus recursos em produtos que permitem obter a personalidade daqueles personagens. De fato, as tendências lançadas pelo universo cinematográfico e televisivo conferem ao consumidor o poder de "comprar" as características que ele gostaria de ter e como tal protagonista possui. O consumidor percebe uma vantagem em usar

um item que foi utilizado por um personagem como uma forma de “viver” aquela personalidade ao invés da sua própria. Considerando os fatores mencionados, a pesquisa foi pautada na Análise de Conteúdo e estruturada na avaliação de filmes e séries que trouxeram elementos contemporâneos para seus figurinos, avaliando de que maneira isso se relacionou com os desejos de consumo dos telespectadores por meio da Análise de Discurso dos consumidores em comentários efetuados na blogosfera. A escolha da amostra foi intencional.