

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
COMUNICAÇÃO SOCIAL - PRODUÇÃO EDITORIAL**

Thatielle Freitas da Silva

PURO ASSALTO:
A CONSTRUÇÃO DO DESENHO DE DIREÇÃO DE ARTE DE UM *FASHION FILM*
SOBRE A MODA PUNK

Orientação: Prof^ª. Dr^ª Camila da Silva Marques

Santa Maria, RS
2021

Thatielle Freitas da Silva

PURO ASSALTO:
A CONSTRUÇÃO DO DESENHO DE DIREÇÃO DE ARTE DE UM *FASHION FILM*
SOBRE A MODA PUNK

Projeto experimental apresentado no curso de graduação em Comunicação Social – Produção Editorial, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), como requisito para a obtenção do título de **Bacharel em Comunicação Social – Produção Editorial**.

Orientação: Prof^ª. Dr^ª Camila da Silva Marques

Santa Maria, RS

2021

Thatielle Freitas da Silva

PURO ASSALTO:
A CONSTRUÇÃO DO DESENHO DE DIREÇÃO DE ARTE DE UM *FASHION FILM*
SOBRE A MODA PUNK

Projeto experimental apresentado no curso de graduação em Comunicação Social – Produção Editorial, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), como requisito para a obtenção do título de **Bacharel em Comunicação Social – Produção Editorial**.

Aprovada em 05 de fevereiro de 2021:

Camila da Silva Marques, Dr^a.
(Orientadora)

Elisa Vieira Fonseca, Dr^a.

Gustavo Dhein, Dr.

Santa Maria, RS
2021

AGRADECIMENTOS

Me parecia que as pessoas que queriam se dedicar à comunicação de moda deveriam ser extremamente singulares e geniais. Independente da temática ser “a menina dos meus olhos”, eu não me via nem como uma possível profissional e muito menos como uma investigadora assim e, por isso, esse trabalho foi imensamente difícil de ser desenvolvido. Fugi dele muitas vezes com medo de ser insuficiente, generalista e babaca. Mas os bons ventos me trouxeram companhias e conselhos incríveis no meio desse caminho, e finalmente pude eternizar as imortais palavras de The Doors na minha cabeça: “não há mais tempo para hesitar!”.

À minha grandiosa orientadora, Camila Marques, eu sou grata por ter sido sempre muito fiel e motivadora. Sem sua persistência, boas referências, provocações, apontamentos, sugestões e áudios, o Puro Assalto seria só um assaltinho. E digo mais: tem muita sorte aqueles que têm o prazer de te conhecer, mas tem ainda mais sorte aqueles que tiveram a oportunidade de te ter como orientadora. Um dia espero ser como você.

À minha família de marcianos, composta pelos meus queridos pais, José e Marli, minhas imparáveis irmãs, Thalia e Talita, e meu super cunhado, Saimon, eu sou eternamente grata por sempre respeitarem e acreditarem nos meus sonhos juntos comigo. Percebo que sem toda a força, energia, carinho e amor incondicional que dedicam a mim, eu não seria nada. Eu amo cada afeto que a gente têm e continua criando. Sou apaixonada em vocês.

Ao meu grupo de amigas de “parar o trânsito”, que detém o sutil nome de (PE)nteras, e à minha fiel escudeira e melhor *rommie* possível, eu dedico esse trabalho por serem, durante todos esses anos de graduação, o meu forte tão longe de casa. A vocês, Karoline, Julia, Reginaldo, Isabela e Laura, eu percebo o quanto os meus dias foram leves e divertidos e o quanto eu aprendi sobre independência e fraternidade com vocês.

Com amor a todos e ao meu processo:

Muito obrigada!

O punk não morreu, jamais morrerá e, num mundo maluco (nada) beleza como o atual, a união um tanto festiva do movimento cresce e a confraria é pura emoção.
- Antonio Bivar

RESUMO

PURO ASSALTO:
A CONSTRUÇÃO DO DESENHO DE DIREÇÃO DE ARTE DE UM *FASHION FILM*
SOBRE A MODA PUNK

AUTORA: Thatielle Freitas da Silva
ORIENTADORA: Prof. Dr^a. Camila da Silva Marques

Este projeto tem como objetivo construir o desenho de direção de arte de um *fashion film* para resgatar o modelismo de trajes originais punk com ressignificações atuais em caráter experimental. Para isto, esse trabalho foi submetido a uma metodologia dual, em que a primeira parte comportou uma discussão teórica de teor bibliográfico e documental sobre a história do punk e as principais contribuições dos Estudos Culturais para o campo junto aos conceitos de cultura (WILLIAMS, 1958; 1979), subcultura e contracultura, estilo e movimento (HEBDIGE, 2002; RONSINI, 2007; FREIRE FILHO, 2005) e moda (BARNARD, 2003; CRANE 2006). Já a segunda, se utilizou do processo metodológico de projeto audiovisual proposto por Zettl (2017) e Rodrigues (2007) complementado pelas definições da função do designer de produção por Carpinteira (2011) e Lobrutto (2002) e de *fashion film* por Mijovic (2013) e Martin (2015). O contato contínuo e evolutivo com a situação em estudo nos permitiu realizar uma relação de causa e efeito com a criação de conexões e analogias dentre as fases de roteiro, preparação e pré-produção de uma peça fílmica denominada “Mãos ao alto”.

Palavras-chave: Direção de Arte; Moda Punk; Designer de Produção; Fashion Film.

ABSTRACT

PURO ASSALTO:
A CONSTRUÇÃO DO DESENHO DE DIREÇÃO DE ARTE DE UM *FASHION FILM*
SOBRE A MODA PUNK

AUTHOR: Thatielle Freitas da Silva
ADVISOR: Prof. Dr^a. Camila da Silva Marques

This project aims to build the art direction's design of a fashion film to rescue the modelism of original punk costumes with current resignifications in an experimental way. Therefore, this work was submitted to a dual methodology, where the first part involved a theoretical discussion of bibliographic and documentary content about the history of punk and the main contributions of Cultural Studies to the field and the concepts of culture (WILLIAMS, 1958 ; 1979), subculture and counterculture, style, movement (HEBDIGE, 2002; RONSINI, 2007; FREIRE FILHO, 2005) and fashion (BARNARD, 2003; CRANE 2006). The second part, used the methodological process of audiovisual project proposed by Zettl (2017) and Rodrigues (2007), complemented by the definitions of the production designer role by Carpinteira (2011) and Lobrutto (2002) and fashion film by Mijovic (2013) and Martin (2015). The continuous and evolutionary contact with the situation under study, allowed us to carry out a cause and effect relationship with the creation of connections and analogies between the stages of script, preparation and pre-production of a film piece called "Mãos ao alto".

Key Words: Art Direction; Fashion Punk; Production Designer; Fashion Film.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Efeitos trickle-down e bubble-up	26
Figura 2 3, 4 e 5 - Cenário nova iorquino do final da década de 1960	29
Figura 6, 7 e 8 - O bar C.B.G.B.	30
Figura 9 e 10 - Banda Talking Heads e Dead Boys	33
Figura 11 e 12 - Gang Punk em Kings Road	36
Figura 13 - Punks na Tower Bridge	38
Figura 14 - As fases projetuais do audiovisual	42
Figura 15 e 16 - Perspectivas do ocupação de um estúdio	46
Figura 17, 18 e 19 - Esboços e estudos de figurino	47
Figura 20, 21, 22 e 23 - Frames do <i>fashion film</i> de resgate periférico da Elle Brasil	50
Figura 24 - Moodboard de método de criação do roteiro técnico.....	61
Figura 25 e 26 - Frames do vídeo “Publicidade e Propaganda na Unipampa”	62
Figura 27 - Frame e paleta de cores do filme “The Neon Demon” (2016).....	63
Figura 28 - Frame e paleta de cores do filme “The Silence of the Lambs” (1991)	64
Figura 29 e 30 - Frames do clipe “Aunque Es De Noche” (2017)	65
Figura 31 - Moodboard de ambiências	66
Figura 32 e 33 - Duas páginas de decupagem do roteiro da peça “Mãos ao alto”	69
Figura 34 - Moodboard de figurino e caracterização da “Mulher de meia idade”	86
Figura 35 - Primeiro moodboard de figurino e caracterização da “Adolescente”	87
Figura 36 - Segundo moodboard de figurino e caracterização da “Adolescente”	88
Figura 37 - Terceiro moodboard de figurino e caracterização da “Adolescente”	89
Figura 38 - Moodboard de figurino e caracterização da “Figurinista 1”	90
Figura 39 - Moodboard de figurino e caracterização da “Figurinista 2”	91
Figura 40 e 41 - Estúdio fotográfico do Galeria 2.8	93
Figura 42 - Espaço e objetos cenográficos da cozinha	94
Figura 43 - Espaço e objetos cenográficos das ruas desertas.....	95
Figura 44 - Espaço e objetos cenográficos do C.B.G.B.....	96
Figura 45- Espaço e objetos cenográficos de King’s Road e da Sex	97

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Roteiro de “Mãos ao alto”	54
Quadro 2 - Lista de Requisitos.....	67
Quadro 3 - Análise técnica das providências de produção	70
Quadro 4 - Orçamento estimativo.....	75
Quadro 5 - Cronograma	78
Quadro 6 - Construção do Personagem “Adolescente”	81
Quadro 7 - Construção do Personagem "Mulher De meia idade”	82
Quadro 8 - Construção do Personagem "Figurista 1”.....	83
Quadro 9 - Construção do Personagem "Figurista 2”.....	84

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	11
1. ASSALTO PARENTAL E SIMBÓLICO: AS RAÍZES DAS SUBCULTURAS JUVENIS	15
1.1 Os Estudos Culturais e o conceito de cultura.....	15
1.2 Subcultura e contracultura feat. estilo e movimento.....	20
1.3 A moda subcultural e a sua domesticação.....	23
2. ASSALTO EXTRAORDINÁRIO: CONTESTAÇÃO PELO ESTETICISMO.....	27
2.1 A era punk nova-iorquina: multiplicidade de expressões	28
2.2 Londres como unificação punk: reconhecimento pelos códigos estéticos.....	34
3. ASSALTO EM FLASHES: O AUDIOVISUAL COMO AGENTE ESTÉTICO.....	40
3.1 Projeto audiovisual enquanto registro histórico	40
3.2 O papel do designer de produção na estruturação estética do audiovisual	44
3.3 <i>Fashion film</i> : a experimentalidade do gênero exclusivo da moda.....	48
4. ASSALTO EM FORMAÇÃO: MÃOS AO ALTO	52
4.1 O Projeto e o roteiro: preparação e referências	52
4.2 A pré-produção: documentos complementares.....	68
4.3 Mãos ao alto: o projeto de arte que é um puro assalto	79
CONSIDERAÇÕES FINAIS	98
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	100
APÊNDICE I – ROTEIRO DE “MÃOS AO ALTO”	104
APÊNDICE II – ROTEIRO DECUPADO DE “MÃOS AO ALTO”	110

INTRODUÇÃO

Ao ver da autora, a origem social das roupas pode ser política, agenciadora de subjetividade, promotora de acesso a espaços, à temporalidades, aos outros e a si mesmo. Ela pode demonstrar estímulo, resposta e consequência na configuração social em que o sujeito moderno está inserido. Muitos dos estímulos para a gênese de novas expressões individuais na história - que podem abarcar atitudes, mensagens e visuais - são gerados por discursos disciplinadores, fundamentados na moralidade. Já as respostas são tomadas individualmente tanto contra como a favor destas subdeterminações provenientes de “um universo de autoridades”. Quando assentidas, são esculpidas por aquele clássico conto que já vemos secularmente: carregado de conservadorismo e defensor do tradicional. Contudo, quando contrariado, é capaz de processar um desmanche interdisciplinar na imagem e na rede de etiquetas habitual, e a consequência disto é levada pela proliferação de novas escolhas e opiniões, com a geração de novos tipos de literatura, programas televisivos, revistas especializadas e tendências.

Dentre tais desdobramentos, o que mais nos interessa, e que pode facilmente se relacionar a eles, é um burburinho artístico e revolucionário que divide sua origem entre dois continentes e que pode se enquadrar como um belo desmanche: o punk. Ele tratou com demasiado afínco sua separação do estilo supostamente inquestionável dos anos 60 e 70 e a sua filosofia de “faça você mesmo” se popularizou junto às bricolagens e técnicas caseiras, que eram recorrentes como forma particular de conceber regras de vestuário. Tecidos de baixa qualidade, rasgos, desfiados, rabiscos, pichações, alfinetes de seguranças, cabos de vaso sanitário, e, até correntes de obras e construções, estavam por todo vestimentar de seus seguidores inconsequentes. Com o auxílio dos efeitos comunicativos e de seus entrecruzamentos com a arte musical e seus representantes, sua simbologia foi transpassada, ressignificada e remodelada a cada geração, de acordo com suas tecnologias, consumo e desejos pessoais.

Esse tal *terrorist chic* (que em português quer dizer terrorismo chique ou fascinante), foi incubido pela produção em massa conjunto as multiplicações de fontes e interpretações. Isto fez com que o exercício da aparência punk fosse mais por sedução do que por coerção e ruptura. Ou seja, tudo foi levado por uma onda *tongue-in-cheek*¹, em que não se levava muito do que a subcultura proporcionava a sério, mas onde se achava produtivo e lucrativo trabalhar com ações sobre ela. Por isto, a avalanche rebelde esteve nas lojas mais grã-finas da Quinta

¹ A expressão inglesa “tongue-in-cheek” na língua portuguesa significa “ato irônico”.

Avenida daquela época e, ainda hoje, é facilmente encontrada em uma quantidade enorme de vitrines brilhantes de boutiques e de lojas populares de departamento com exposição de jeans *destroyeds*, peças militares carregadas de subversidade do uso comum, jaquetas de couro e *chokers*² cheias de *spikes*³. Essa cooptação pelo mercado e, conseqüentemente, pela mídia, trouxe naturalidade ao uso dessa moda por conta de seus fatores estéticos, ousando com que os aspectos históricos da roupa fossem menos dialogados. No entanto, é inegável a contribuição desse sistema para a aceitação do feio, do desajustado e disforme no inconsciente social: indivíduos de qualquer classe social e idade estão adeptos a esse estilo que se tornou moda. Este trabalho não buscou omitir os feitos desse processo, mas sim, agregar significado a ele, uma vez que, assim como posteriormente as primeiras fanzines setentistas e as edições genuínas da revista Punk, novos produtos comunicativos podem chegar para fabricar novos sentidos de valor ao punk.

À vista disso, percebemos a **problematização** deste trabalho: a origem social dessas peças ressignificadas originadas pelo punk representam uma grande potência, porém nos são entregues pouquíssimas narrativas focadas no *zeitgeist* ou do espírito de época de tais roupas e adornos. Analisando produtos culturais, coleções e desfiles que tiveram ou têm o tema como foco, a origem social é pouco ou quase nada mencionada. A moda vestimentar punk é o resultado da convergência da modernidade versus pós-modernidade, mas não é motivo para que o passado seja esquecido.

Por conta disto, para tratar a materialidade inerente do tema, foi elegido uma linguagem, uma técnica e um gênero que poderão ser capazes de validar logisticamente essas ideias visuais, sendo eles: o projeto de produção audiovisual, as funções de design de produção e o gênero *fashion film*, ou filme de moda. O audiovisual é uma das áreas de conhecimento e estudo da Comunicação Social e trata-se de gerar significado através do som e da imagem. Seu projeto, segundo Zetll (2017) e Rodrigues (2007), tem diversos passos, mas o que mais nos interessa são seus três primeiros: roteiro, preparação e pré-produção. Neles, se apresentam objetivamente o planejamento de tudo o que será necessário para a construção da parte visual do filme, seja com pesquisa exploratória, construção de um bom argumento, decoupages diversas ou projetos de iluminação para espaços cênicos - em que são empreendidas, muitas vezes, por um profissional de designer de produção. Desse modo, quando fazemos amarrações do audiovisual com questões socioculturais passadas,

² Termo originado na língua inglesa, que literalmente tem o sentido de “sufocante ou sufocador”, mas quando incorporado no vocabulário fashion, é tratada como um tipo de gargantilha de comprimento, a qual é usada justa no pescoço, dando um efeito de aperto.

³ Tipo de adereço que têm formado de espigões e espinhos.

procurando gerar discursos auto-explicativos, conferindo coerência e inteligibilidade a esses processos históricos e contextos, as preparações técnicas feitas por este especialista são fundamentais para buscar sentido e essência nessas sazonalidades para, por fim, moldar e dar forma referencial. Agregado a isto, com o formato transitório, de caráter experimental e de estratégia por conteúdo que o gênero *fashion film* do audiovisual propõe, onde a ambientação, a atmosfera estética, as cores e as texturas são detalhadamente preparadas para mostrar-se como protagonistas no vídeo, a assertividade no tipo de diálogo proposto poderá ser maior e melhor. Além do mais, o processo de elaboração de um filme é um trabalho coletivo e árduo, em que prepará-lo por completo, em um período pandêmico, com o acréscimo de atenção a todos os passos de filmagem, da desprodução à finalização, faria com que a autora não pudesse aplicar o seu melhor em todas elas atendendo ao seu objetivo.

Dessa maneira, para abrir espaço para experimentação e entendimento do vestuário em outro suporte, construir um desenho de direção de arte para uma peça do gênero *fashion film*, com foco nas três primeiras etapas de produção filmica - destacando as atividades do *designer de produção* - para revisitar comportamentos, vestes e adornos do punk, se torna o **objetivo geral** deste trabalho. Para este feito, se ressalta os **objetivos específicos**: a) investigar, através de pesquisa bibliográfica e documental, o contexto social em que o punk esteve inserido; b) compreender como a moda desse estilo-movimento foi construída e quais seriam as principais mensagens estéticas transmitidas; c) identificar as principais características de um projeto audiovisual, das atividades do designer de produção e da experimentalidade do formato gênero *fashion film*; d) desenvolver o projeto de desenho de arte de um *fashion film*, com ênfase no roteiro, na preparação e pré-produção aplicado a um projeto experimental.

A **justificativa** desta pesquisa, se dá pelo interesse pessoal na área de conteúdo de moda, na qual a autora pretende seguir carreira profissional. Durante o progresso do curso de Comunicação Social com ênfase em Produção Editorial, existiram oportunidades para investigar sobre cultura, mas pouco sobre seus enlacs com a moda com devido aprofundamento e tempo, gerando grande desejo em fazer ciência e produzir experimentações sobre vestuário dentre canais comunicativos. A autora se dedicou a compreender, como *hobbie*, inquirições sobre indumentária e sustentabilidade - fazendo com que se buscasse respostas sobre quem faz as suas roupas. E isto a inspirou a se educar acerca de como funciona as circulações e as inspirações anacrônicas para produzir as suas roupas nessa atualidade frenética.

Este trabalho se submeterá a uma metodologia dual, com um corpus de análise que comportará, primeiramente, uma discussão teórica de teor bibliográfico e documental sobre a história do punk e as principais contribuições dos Estudos Culturais para o campo junto aos conceitos de cultura (WILLIAMS, 1958; 1979), subcultura, contracultura, estilo, movimento (HEBDIGE, 2002; RONSINI, 2007; FREIRE FILHO, 2005) e moda (BARNARD, 2003; CRANE 2006). Já a segunda parte acionará o processo teórico-metodológico de projeto audiovisual proposto por Zettl (2017) e Rodrigues (2007) complementado pelas definições da função do designer de produção por Carpinteira (2011) e Lobrutto (2002) e de *fashion film* por Mijovic (2013) e Martín (2015). O contato contínuo e evolutivo com essa situação em estudo nos permitirá realizar uma relação de causa e efeito como resultado - que, basicamente, se tratará da criação de conexões e analogias visuais organizatórias dentre as fases de roteiro, preparação e pré-produção de uma peça filmica denominada “Mãos ao alto”.

1. ASSALTO PARENTAL E SIMBÓLICO: AS RAÍZES DAS SUBCULTURAS

JUVENIS

Cultura (WILLIAMS, 1958; 1979), subcultura, contracultura, estilo, movimento (HEBDIGE, 2002; RONSINI, 2007; FREIRE FILHO, 2005) e moda (BARNARD, 2003, CRANE, 2006): são contornos políticos cruciais dentro uma sociedade repleta de grupos distintos com produções de seus próprios e vivos sentidos, e que serão delineados ao decorrer deste capítulo. Levantaremos como se dá a influência dos Estudos Culturais, discorrendo sobre os seus principais autores, suas maiores contribuições e de como tudo isto pode adentrar a uma questão de diferenciação de classe e de aparência – no que tange primordialmente a geração de novos fragmentos socioculturais e manifestações estéticas reivindicativas.

1.1 Os Estudos Culturais e o conceito de cultura

Por um longo período de tempo, a chamada cultura popular foi menosprezada como objeto de estudo e tida apenas como representação de um conjunto de práticas culturais, que tinham a única semelhança de serem afastadas da “alta cultura”, proveniente da burguesia. À vista disso, com intuito de desvendar empiricamente essas manifestações sociais, no contexto da industrialização da época, folcloristas fundaram a Sociedade do Folclore em 1878, no Reino Unido. Baseado nesta atitude, a atenção de teóricos ingleses foi tomada por transformações na sociedade britânica na segunda pós-guerra, em meados dos anos 1950. Em uma cena refundada de impotência, no que tangia questões da aristocracia inglesa e de suas condutas totalitárias, a classe operária apresentou grandes alterações em seus valores. Com foco nessas mudanças, um campo de estudo inovador foi criado. Com ele, se formou um subsídio para a construção de conhecimento cultural, o qual recebeu o nome de Estudos Culturais (GOMES, 2011).

Foi partir das pesquisas “As Utilizações da Cultura” (1957) de Richard Hoggart, “Cultura e Sociedade” (1958) de Raymond Williams e “A Formação da Classe Operária Inglesa” (1963) de E.P Thompson que se estabeleceu bases para início do Centro de Estudos Culturais Contemporâneos (CCCS), anexo a um departamento de investigação de pós-graduação da Universidade de Birmingham. E, foi alicerçado a ele que se definiu a extensão e o desenvolvimento dos Estudos Culturais (GOMES, 2011).

A obra de Hoggart (1957) se qualifica por ser uma bisseção entre uma autobiografia e uma história cultural sobre a metade do século XX. Por outro lado, o texto realizado por Williams (1958) elabora uma nova concepção de cultura, na qual atinge a ideia de que esta se

trata de uma rede de relações e práticas que constituem o cotidiano, percebida como uma forma global de vida. Já E.P Thompson (1963) mapeia uma parte das práticas culturais da sociedade inglesa de sua época, para relacioná-las com classe e seus contextos sócio-históricos. Os acadêmicos propuseram temáticas abrangentes relacionadas à diversidade cultural e social, o que foi primordial para uma noção da dimensão cultural com base nas principais e distintas inclinações do nosso corpo social. Este marco, para Stuart Hall (2007, p. 39) é qualificado como uma “virada cultural”.

Na sua formação, o campo cultural passou a ter uma maneira fluida de se distinguir, sem a necessidade de possuir uma definição absoluta de ser (ESCOSTEGUY, 1998). Propostas e discursos interdisciplinares foram comuns ao decorrer do surgimento do estudo por haver grande insatisfação com os limites das disciplinas já existentes. Entrelaces com assuntos como comunicação e política foram cada vez mais desmembrados e os processos históricos foram tradicionalmente vistos por uma ótica plural. Deste modo, conforme o teórico australiano Graemer Turner:

Estudos Culturais é um campo interdisciplinar onde certas preocupações e métodos convergem; a utilidade dessa convergência é que ela nos propicia entender fenômenos e relações que não são acessíveis através das disciplinas existentes. Não é, contudo, um campo unificado. (TURNER, 1990, p. 11, tradução nossa)⁴

A relação política dos Estudos Culturais tem base categórica desde sua origem. É possível vislumbrar o desaprovamento dos acadêmicos acerca da homogeneidade elitista e conservadora presente tanto no âmbito acadêmico inglês quanto no corpo social por meio da criação de espaços alternativos para contrapor esses valores tradicionais e os distanciamentos entre a burguesia e o proletariado. O encontro entre a teoria política marxista⁵ e o campo cultural se dá exatamente neste ponto, em que se busca compreensão acerca das questões de classe e organização social, enquanto também se rejeita as injustiças proporcionadas aos trabalhadores pelo capitalismo⁶. Nos afirma Antonio Martín-Cabello (2012, p.38, tradução nossa), que “eles [os culturalistas] defendiam, no nível econômico, a nacionalização da economia, a abolição da educação classista e a melhoria das condições de vida da classe

⁴ “Cultural studies is an interdisciplinary field where certain concerns and methods have converged; the usefulness of this convergence is that it has enabled us to understand phenomena and relationships that were not accessible through the existing disciplines. It is not, however, a unified field, and much of this book will be taken up with mapping lines of argument and division as well as of convergence.” (TURNER, 1990, p. 11)

⁵ Conjunto de convicções elaboradas por pelos alemães Karl Marx e Friedrich Engels como um método de análise socioeconômico sobre as camadas sociais e seus conflitos.

⁶ Sistema econômico vigente, em que sua legitimidade se dá pelos bens privados e na irrestrita liberdade de comércio e indústria, com o principal objetivo de adquirir lucro.

trabalhadora.”⁷ Ademais, havia três principais argumentos da obra marxiana que os entusiastas focalizam, segundo Richard Johnson (2006, p.13): 1. Os processos culturais estão intimamente vinculados com as relações sociais. 2. Cultura envolve poder, contribuindo para produzir assimetrias nas capacidades dos indivíduos e dos grupos sociais para definir e satisfazer suas necessidades. 3. Cultura não é um campo autônomo nem externamente determinado, mas um local de diferenças e lutas sociais.

Entretanto, outra principal relação dos Estudos Culturais com a contribuição marxista está no desenvolvimento de críticas sobre certos aspectos reducionistas que a perspectiva dá a questões de classe e composição social. Foi a partir da contribuição de Williams (1979), que, por meio de análise literária e investigação social, avaliou a estruturação do termo materialismo histórico com objetivo de contestá-lo. Tal termo é consistido por um modelo base-superestrutura, cujo possui duas etapas: a primeira, chamada superestrutura, é todo o campo ideológico de uma determinada classe, que se referente à “‘forma de consciência’ [e] seus modos constitutivos de ver-se a si própria no mundo” (WILLIAMS, 1979, p.81) e a segunda, denominada de infraestrutura, é argumentada como a "base", em que essas relações ideológicas estão sobrepostas materialmente. Ou seja, pensando desta maneira, as amarrações culturais que os indivíduos possuíam eram estritamente dependentes do seu contexto socioeconômico. Pensando deste modo,

Nenhuma atividade cultural tem realidade e significação em si mesma, mas é sempre reduzida a uma expressão direta ou indireta de um fator econômico que a precede e controla, ou de um conteúdo político determinado por uma posição ou situação econômica. (WILLIAMS, 1979, p. 87)

Diferentemente dessa conclusão ortodoxa, Williams (1979) pôde perceber com clareza as insuficiências da posição teórica apresentada. No que diz respeito ao campo ideológico, deu-se conta de que a teoria ainda não tinha alcançado a necessária interpretação dos fenômenos da consciência. Com isso, cunhou um conceito transgressor chamado materialismo cultural. Nele, se estende a lógica da formação social para além das entidades da base-superestrutura como ‘concretas separáveis’⁸ e agrega a noção de que a cultura é desenvolvida por condições de igualdade de existência. Deste modo, a cultura foi percebida

⁷ “Abogaban, en el plano económico, por la nacionalización de la economía, la abolición de la educación clasista y por la mejora de las condiciones de vida de la clase obrera.” (MARTIN-CABELLO, 2012, p. 38)

⁸ “Analistas ortodoxos começaram a pensar na “infra-estrutura” e “superestrutura” como se fossem entidades concretas separáveis. Com isso, perderam de vista os próprios processos – não relações abstratas, mas processos constitutivos – que o materialismo histórico deveria ter, como sua função especial, ressaltado.” (WILLIAMS, 1979, p.85)

como um processo de desenvolvimento humano. Sua prática foi dada como complexa e pertencente a toda sociedade humana, de maneira que cada uma “tem sua própria forma, seus próprios propósitos, seus próprios significados” (WILLIAMS, 1958, p. 01). Enfatizar cultura para o acadêmico, é pensar o contrário de extraordinário. A cultura é ordinária, é comum e habitualmente produzida pelos indivíduos todos os dias. Além disso, a mesma é tanto tradição como criatividade, pois ainda que articule um conjunto de normas, valores e projeções em que as pessoas são moralmente educadas, também se desenvolve a partir da produção de novos sentidos e testes dessas novidades.

Williams (1979) pôs ênfase no potencial individual do sujeito e em seu curso ativo na edificação de sentidos culturais. Entretanto, não deixou de aproximar a cultura ao sistema de produção subjacente, pois o mesmo cita: “cultura é um modo inteiro de vida, e as artes são parte da organização social que é claramente afetada de forma radical por mudanças econômicas” (WILLIAMS, 1958, p. 07). Mesmo assim, o estudioso retém as interpretações marxistas por não aceitar de que há bases econômicas determinantes e culturas determinadas e, tampouco que com uma formulação de classe economicamente dominante, a cultura dela também se qualificaria como dominante (ESCOSTEGUY, 1998).

Um exemplo prático disto é que o acesso a educação é limitado para classe trabalhadora (que não detém de muita riqueza), pois os burgueses (como proprietários majoritários do capital) possuem maiores condições de bancar “instituições educacionais, literárias e sociais, em conexão com os centros reais de poder” (WILLIAMS, 1958, p. 04). Outrossim, isto não quer dizer que os trabalhadores não produzem e participam de uma cultura. As classes com menos capital também têm suas “instituições em expansão” e “obras de artes e conhecimento” (WILLIAMS, 1958, p. 04) o que equivale como produção de cultura, assim como as das demais. É nesta linha de raciocínio que o autor reforça seu entendimento sobre a cultura ser ordinária: o modo de vida dos trabalhadores garantiram realizações culturais criativas, descoladas da normatização de uma exclusão social.

A partir deste esforço de entendimento que tensiona a obra, Escosteguy (1998, p. 44) afirma que:

A perspectiva marxista contribuiu para os Estudos Culturais no sentido de compreender a cultura na sua "autonomia relativa", isto é, ela não é dependente das relações econômicas, nem seu reflexo, mas tem influência e sofre consequências das relações político-econômicas. Existem várias forças determinantes - econômica, política e cultural - competindo e em conflito entre si, compondo aquela complexa unidade que é a sociedade.”

Esta categoria-chave interessa, especialmente, para este estudo através da metodologia qualitativa, na medida em que a atenção de Williams (1979) recai sobre como o tema cultura deve ser visto com uma mirada conectada à diversidade, o qual está presente em todas as camadas sociais. Este estabelece que os indivíduos possuem autogoverno e autonomia em suas próprias produções de sentido e ‘vontades individuais’ descolados das relações econômicas de seu contexto. Isto posto, constatamos que não somente as práticas de uma elite social devem ser categorizadas como cultura.

Ademais, Williams (1979) também pautou noções sobre como essas redes de práticas e relações culturais também agem em torno de uma luta entre modos de vida diferentes. É inegável o impacto que o sistema econômico vigente, o capitalismo, incide no corpo social, principalmente ao presentear parcelas de classes com influência e poder sobre outras, como visto no exemplo do acesso a instituições. Quando esse parecer é relacionado ao conceito de hegemonia, proposto na obra de Antônio Gramsci (1999), essa dominação ideológica é entendida sob dois aspectos: 1. como uma estrutura hierárquica, em que se existe culturas dominantes e dominadas, de acordo com cada prestígio financeiro; 2. como relações e experiências dentro da sociedade, em que as classes dominantes são a autoridade social total.

Pelas palavras de Williams (1979, p.112),

Numa sociedade de classe, há principalmente as desigualdades entre as classes. Portanto, Gramsci introduziu o reconhecimento necessário do domínio e subordinação naquilo que ainda deve ser reconhecido como todo um processo.

A discussão elaborada por Gramsci (1999) provém de uma ressignificação do mesmo termo trabalhado no marxismo como relações de classe. Em contrapartida, a hegemonia *gramsciana* se trata de um complexo de potências políticas, sociais e culturais que simbolizam e influem em questões de comando e poder dentro a coletividade. Esse complexo é tratado com certa naturalidade e habitualidade na formação social, mostrando que há uma centralidade absoluta na sociedade, em que os sujeitos são moldados e mantidos sob um contrato social que os conduz a posições de dominância e subserviência. Dito isto, os significados comunicados por meio desse sistema também podem ser recusados ou contestados. E é desta maneira que se inserem e se constroem os meios contra hegemônicos ou de hegemonias alternativas com armas de resistência e luta com tentativas de modificar e agredir a hegemonia dominante e sua manutenção.

1.2 Subcultura e contracultura feat. estilo e movimento

É com base nestes aportes postos à valorização e estudos das mudanças culturais que é possível averiguar questões a exclusiva criação de resistência à hegemonia dominante, que geralmente tem a atuação da juventude. Diferentes conceitos foram brindados em busca de compreender esse efeito e conotações como subcultura e contracultura surgiram para que se pudesse esquematizar diferentes propostas, tanto ideológicas quanto geográficas.

Historicamente a conceitualização de subcultura começa a ser empregada na cidade de Chicago, nos Estados Unidos. Foi a partir da Primeira Guerra Mundial, a qual causou imenso crescimento imigratório e um povo emergido em pobreza extrema, que o olhar de grupos de sociólogos e criminólogos da Escola de Chicago se dedicaram a estudar sobre delinquência, marginalização social e culturas juvenis (CORTÉS, 2008). Tudo isto, derivado das circunstâncias miseráveis vividas por aquela população. Para João Freire Filho, estes acadêmicos reconheceram tal comportamento social como “razoável e coerente, e não [como] um sintoma de demência ou iniquidade” (2005, 140) E, deste modo, ali se realizaram

“uma série de estudos baseados em investigações de sua própria cidade, os quais foram reconhecidos amplamente como o início dos primeiros estudos urbanos modernos e como o corpo da investigação social mais importante” (HANNERZ, 1982, p. 30, tradução nossa)⁹

Mais tarde, junto aos culturalistas ingleses do Centro Contemporâneo de Estudos Culturais, o termo tomou um novo rumo centralizado na linha da retórica marxista. As pesquisas ambicionavam tanto em edificar sobre o lado mercadológico da cultura juvenil quanto abraçar os aspectos de produção de lazer, vestuário e música, em busca de se acercar dos elementos que envolviam o protagonismo individual e os interesses de cada grupo e de seus integrantes herdeiros da pós-guerra (NAHARRO, 2012).

O artigo de John Clarke, Stuart Hall, Tony Jefferson e Brian Roberts publicado como ‘*Subcultures, Cultures and Class*’ no livro ‘*Resistance Through Rituals: Youth Subcultures in Post-War Britain*’ (2003) exemplifica que a subcultura surgiu como uma oposição social da classe trabalhadora dos anos 1970. Os autores utilizaram de conceitos *gramscianos* para tomar a conclusão de que a subcultura seria o desacordo, materializado em atitudes e valores de resistência, de grupos contra a sua ‘cultura parental’. O período teve grande mérito na aglomeração e na reverberação de diferentes ideais juvenis desse subsistema, como os grupos

⁹ “...una série de estudios basados en investigaciones de su propia ciudad, los cuales han sido reconocidos ampliamente como el inicio de los primeros estudios urbanos modernos y como el cuerpo de investigación social más importante” (HANNERZ, 1982, p.30)

mods e skinheads. E, de acordo com cada contexto específico, as subculturas configuravam novas soluções alternativas e simbólicas contra fins similares de opressão. Suas estratégias (ou tentativas de solução) para encarar a subordinação eram negociáveis, podendo ser

Mais ou menos 'conservadora' ou 'progressiva', para ser mais ou menos integrada na comunidade, para ser mais ou menos contínua com relação aos valores dessa comunidade, ou mais ou menos explorada por ela, definindo-se contra a cultura parental (HEBDIGE, 2002, p. 174, tradução nossa)¹⁰

Basicamente, podemos entender que existem variadas manifestações de subculturas com princípios sustentados por identificações e potenciais subversivos distintos. Entretanto, as objeções, independente do grau de violação simbólica, eram contra os principais formadores sociais: a família, o matrimônio, o sexo, a escola, a religião e os meios de comunicação. A similaridade destas instituições era estabelecida em seu nível ideológico, pois nelas se subsidiava e se representava a hegemonia. As afiliações culturais juvenis desviavam destas intenções para “conquistar espaço cultural (tempo e lugares de diversão, circulação e manifestação)” (FREIRE FILHO, 2005, p. 143) segundo seus próprios interesses. Para Hebdige (2002), estes jovens causavam um “ruído”, ao contrário de um simples som, por apresentar “interferência [em uma] sequência ordenada” (2002, p. 125, tradução nossa)¹¹.

Em seus núcleos de entretenimento, os jovens transcorreram por contestações de normas institucionalizadas através de experimentações também visuais desvinculados aos padrões estéticos estabelecidos pela camada dominante da sociedade. Assim, começaram a buscar identidades e modos de aparentar próprios por meio de compra de objetos produzidos pela indústria da cultura dominante (principalmente relacionados a trajes e adornos) com o intuito de formar inovadores e destoantes significados com preferências, preocupações e principais atividades. Essa ambivalência é ilustrada por Hebdige (2002) como “*collage*”, ou simplesmente “colagem”, o que resultou em um *patchwork*¹² de estilos díspares. Os estilos são a abrangência de “vestuário e adereços, [cortes e tingimento de cabelo], tatuagens e piercings, práticas de lazer, consumo e produção musical, comportamento e valores”

¹⁰ “Cada subcultura, asimismo, puede ser más o menos «conservadora» o «progresista», estar más o menos integrada dentro de la comunidad, ser más o menos continua respecto a los valores de esa comunidad, o más o menos extrapolada a partir de ella, definiéndose en contra de la cultura parenta.”

¹¹ “Las subculturas representan el «ruido- (en contraposición al sonido): interferencia en la secuencia ordenada que lleva de los acontecimientos y fenómenos reales a su representación en los medios de comunicación.” (HEBDIGE, 2002, p 125)

¹² Pela sua tradução literal, o *patchwork* significa "trabalho com retalho". Isto é, uma técnica que conecta tecidos com uma infinidade de formatos variados.

(RONSINI, 2007, p.123). A colagem de estilos das subculturas é o fruto de suas práticas de vivência coabitada, em que se autoafirma por aprendizados e partilhas de rua e construções de seus próprios movimentos, poses, vestimentas e linguajares e mecanismos de diferenciação e socialização.

Independente do conflito de princípios, a subcultura não deixa de estar em uma empregação dialética de dominação versus resistência estrutural. Isto é, embora houvesse um juízo de valor contra o sistema hegemônico, não se conseguiria total distanciamento pela necessidade do consumo e do trabalho. Logo, a subcultura seria um subconjunto localizado em redes culturais mais amplas dentro de um sistema global de divisão de poderes, em busca de distanciamento de sua cultura central sem perder articulações mercadológicas e estruturas identificáveis com ela (CORTÉS, 2008).

Sob este mesmo campo cromático, Clarke, Hall, Jefferson e Roberts (1976) indicam também a existência do termo contracultura, para transparecer mais claramente algumas diferenças nas estruturas dessas coletividades juvenis. Enquanto os estilos subculturais tendem permanecer em plena dicotomia, vivendo sob vantagens e limitações engendradas pela cultura dominante, os movimentos contraculturais se propunham a uma saída total ao sistema. Movimento diferentemente do conceito estilo, é a conexão da juventude em torno de uma ideologia centralizada com real participação ativista e com uma grande ruptura com as principais instituições da sociedade (RONSINI, 2007). Mesmo que ainda difusos dos estilos subculturais, esses movimentos não apresentam distinção do necessário e da espera do lazer, manifestando uma “(...) tentativa de explorar 'instituições alternativas' às instituições centrais da cultura dominante: novos padrões de vida, de vida familiar, de trabalho ou mesmo de 'não-carreiras' (CLARK, HALL, JEFFERSON, ROBERTS, 1976, p. 60, tradução nossa)¹³. Tudo isto centralizado numa rede própria, com uma afirmação real do poder do indivíduo. Porém, de acordo com Dennys Cuche (1999) apesar da existência dos movimentos, não se criou uma cultura alternativa ao renegar fervorosamente da cultura vigente e sim, se desenvolveu um fragmento de subcultura.

De todos os modos, para se tornar um movimento radicalmente contracultural ainda necessita-se estar atrelado a uma subcultura e ao estilo. Ambos os processos de sociabilidade juvenil apresentam suma importância, pois processam imensa transmutação na sociedade de

¹³ “Indeed, the latter are distinguished precisely by their attempt to explore ‘alternative institutions’ to the central institutions of the dominant culture: new patterns of living, of family-life, of work or even ‘un-careers’.” (CLARK, HALL, JEFFERSON, ROBERTS, 1976, p. 60)

seu próprio tempo, por gerar, literalmente, inovadores âmbitos profissionais, culturais e de lazer.

1.3 A moda subcultural e a sua domesticação

Quando compreendemos que as subculturas (e contraculturas) possuem seu próprio modo de constituir crenças, princípios e experiências também por meio de elementos materiais, afirmamos que outras práticas culturais também o tem, em decorrência de suas ramificações. Chamamos esse fenômeno de fragmentação cultural, interatividade social e comunicação de moda (BARNARD, 2003). A moda, para Anne Hollander (1996) é, sobretudo, aquilo que se relaciona com o vestir, independente de suas relações dentre a mão livre do mercado. Sua lógica é dada a qualquer revestimento visual do corpo que tenha intenções variadas de proteção, pudor, impudor, atração, importância de status, identificação social e símbolo político, condição mágico-religiosa, ritos sociais ou lazer (BARNARD, 2003). Além disso, o autor Lars Svendsen (2010) entende a moda também como fomentadora de estabilidade semântica pelo seu incentivo à construção e troca de ‘práticas significantes’ através de peças de roupa. Os sujeitos desenvolvem comunicação pela moda por meio de textos e valores simbólicos a serem lidos de acordo com suas afirmações pessoais e conexão com seus pares (SVENDSEN, 2010). Uma comunicação não-verbal é gerada, uma vez que se é verbalizado sem o uso da fala ou da escrita, bem como uma interatividade social, pelo exercício que os indivíduos realizam para experimentá-la ou recebê-la (BARNARD, 2003).

Como fragmento da cultura, a moda também é atingida pelas principais morais de uma sociedade, carregando e comunicando normas de atrativo pessoal (vestes mais adequadas, cortes de cabelo e penteados ‘aprovados’, diretrizes relativas a cosméticos e a seu uso, e assim por diante) (BARNARD, 2003). Com isso, percebemos, que “[...] o vestuário constitui uma indicação de como as pessoas, em diferentes épocas, vêem sua posição nas estruturas sociais e negociam fronteiras de status” (CRANE, 2006, p. 21). É a partir desse entendimento que entramos no mérito do consumo e da bricolagem de vestimentas e seu desempenho metafórico como ponte e cerca. Essas ambivalências combinam para exprimir aspectos de diferenciação e socialização (DOUGLAS; ISHERWOOD, 1979), assim como vimos anteriormente sobre as subculturas desejarem uma distinção de sua cultura parental buscando novas identificações sociais.

As cercas existem no sentido de haver territórios e pessoas afastadas, consagrando que as diferenças permaneçam como tal. Desse modo, se demarca com peças de indumentária “o limite entre um grupo e outro” para assegurar “que uma identidade permaneça separada

da outra, dela diferindo” (BARNARD, 2003, p. 66). Já as pontes vivem para fornecer encontros, com a finalidade de que os espaços e as identidades se fundam. Destarte, os itens de indumentária se enquadram em identificar “valores comuns no interior de um grupo” (BARNARD, 2003, p. 66). Nessa perspectiva, turmas de *bikers*¹⁴ ostentando suas motos e jaquetas de couro e *homens de negócios* vestindo terno e gravata não “iriam se entender”, pois “suas roupas faziam ponte com outros membros de seu próprio grupo, mas formavam cercas entre o seu grupo e outros” (BARNARD, 2003, p. 67).

Entretanto, o alemão Georg Simmel (1971) enxergava o processo da relação dos grupos com a moda de maneira diferente. Baseado nas gerações do século XIX, o autor compreendia que classes mais baixas aguardavam as tendências de moda da cultura dominante se ‘escorrerem’ até elas pela possibilidade de ‘imitar’ o estilo e o comportamento da elite social, em um efeito denominado *‘trickle-down’*, conhecido também como *desaguamento* ou “de cima para baixo”. Neste exercício, a moda era perpassada pelas luxuosas passarelas, as vitrines de lojas até chegarem aos guarda-roupas usuais das camadas menos desfavorecidas. Segundo o autor, independente do consumo dos produtos de moda, os grupos minoritários continuavam em desvantagem no processo de formação identitária, por se comunicarem através de cópias. A moda era, até então, entendida como um elemento da alta sociedade, assim como a cultura.

Ao passo de que o consumo de moda ampliou a possibilidade de novas caracterizações e interações por virtude da globalização e do advento do *prêt-à-porter* no século XX, (as quais trouxeram a descentralização da produção de vestes e adornos direcionada a burguesia, com um novo modelo de indústria, que visava não só a elite, mas também como grupos com condições econômicas mais baixas), multicentros foram criados com a execução de novos e singulares seus modismos (BARNARD, 2003). Já não era mais as principais capitais européias com suas casas de customização de trajes que lançam o que estaria em voga. Assim, como sugere Svandsen:

A produção e o consumo de massa se espalharam rapidamente, e de lá pra cá, este último assumiu, cada vez mais a forma de consumo de símbolos ocorrendo de modo a produzir uma identificação com aquilo que o item de consumo representa. [...] Essa ‘democratização’ da moda não significou que todas as distinções foram apagadas, mas que quase todo mundo foi incorporado à interação social da moda. Enquanto o esforço para parecer distinto havia sido reservado antes aos escalões mais altos da sociedade, a produção em massa permitiu que as classes mais baixas também

¹⁴Em tradução literal, *bikers* significa motoqueiros ou motociclistas. Foi o um estilo de rua iniciado na Califórnia (EUA) no final dos anos 40 do século XX.

participassem dele. Desde então, essa tendência só se intensificou (SVENDSEN, 2010, p. 42)

Consequentemente, por essa maior facilitação de processos têxteis e circulação de mercado, o *streetstyle* (*street* = rua; *style* = estilo) também foi englobado nos modismos com a mesma intenção de compra e venda, já que o objetivo da produção de peças como uma “aventura capitalista-democrática-individualista” (LIPOVETSKY, 2010 p.13), em regra, é gerar capital; não estruturas culturais. É Thomas Frank (1997), crítico da cultura, que nos diz que a dinâmica contracultural se adentrou a uma ortodoxia capitalista, pela inovadora amplitude de práticas consumeristas e pela sua própria necessidade de experimentação. O ideal contracultural capturou e elaborou diferenças estéticas para se caracterizar contra a uma cultura opositora, porém “o consumo que promove o capital tem a ver precisamente com essas diferenças”, sendo capaz de “de incorporar à sua lógica” (SVENDSEN, 2010, p. 148). Logo,

A autenticidade que a rua e seu estilo representam é uma verdadeira *commodity* que todo mundo quer um pedaço. O que diferencia um genuíno *streetstyle* de sua interpretação chic não é simplesmente a etiqueta: o sistema transforma um emblema de identidade subcultural em algo que qualquer um com dinheiro pode comprar e usar com orgulho. (POLHEMUS, 1994, p. 08)

Essa inserção de estilos de tribos urbanas de classes inferiores na indústria é compreendida por Ted Polhemus (1994), através de vasta investigação sobre os estilos de rua. Sua teoria, denominada *bubble-up*, que averigua a performance de dispersão “de baixo para cima”, percebe que ao invés dos grupos marginais serem plenamente atingidos passivamente pela inclinação da burguesia a certos tecidos e silhuetas, como pensava Simmel (1971), estes dão crescente inversão de sentido à indústria da moda. A moda passou a não só emergir e repercutir a partir das casas de luxo, mas também das ruas, das periferias e dos movimentos contraculturais. Deste modo, é através da estigmatização de Sue Jenkyn Jones (2005) em seu livro *Fashion Design: Manual do estilista*, que é possível notar ainda melhor essas inversões e suas trajetórias.

Figura 1 - Efeitos trickle-down e bubble-up



Fonte: Ilustração realizada pela autora baseada no gráfico “Movimentos de moda” (Jones, 2005, p. 33)

Com o circuito, averiguamos que o *desaguamento* perpassa pelas costureiras e alfaiates particulares, continua o caminho até as celebridades, consumidores de produtos culturais especializados e principais natas da *high society* e segue até o público de classe média pelo comércio departamental. No efeito *borbulha* a trilha inicia pela moda das subculturas e contraculturas, e sobe como uma tendência da classe média. Com ajuda da comunicação propagativa dos jornais, revistas e programas de TV, esta moda é ainda mais difundida e chega aos profissionais da área têxtil, que produzem suas próprias versões para

venda para lojas caras e exclusivas. Essas transformações no fluxo da moda são importantíssimas para averiguarmos as evoluções paralelas, embora contraditórias, que possibilitaram a conquista dos sujeitos de classes trabalhadoras como possuidores de alta expressão e espontaneidade e uma construção da direção política da sociedade que pressupõe complexas interações e empréstimos entre as culturas populares e hegemônicas.

Esse jogo de intercâmbios, cruzamentos, transações e intersecções estão principalmente relacionados a produtos de comunicação, os quais carregam os sentimentos e a linguagem das roupas, a propor como elas são dignas de compra e adoção de estilo. Nos dias atuais, as fontes se multiplicaram, os olhares e as interpretações dos sujeitos também. Se foi acrescentado redes sociais digitais, *e-commerces*¹⁵ e publicidade diferenciada que abrem maior espaço para o consumo e dissipação de moda para além das classes sociais. A moda vestimentar subcultural e seu consumo transformaram-se "num universo altamente segmentado, esfera de construção de identidades e estilos de vida, por onde passaram a transitar indivíduos de diferentes camadas sociais (CRANE, 2006, p. 11). As novas tendências passam e geram cada dia mais *crossovers*¹⁶ e bricolagens de estilos antecessores, como um anacronismo construtivo. É interessante que o visual das entradas de década são demarcadamente cumulativas de movimentos de estilos históricos antecessores. Por exemplo, atualmente reciclamos peças dos anos 1990 e da subcultura *grunge*, fazendo que tenhamos desejo de nos apresentar tranquilamente com calças despojadas, largas e de nós alto. Ação que não tínhamos em menos de cinco anos. A abrangência da representação estética de todas as subculturas e contraculturas é gigante e, sem dúvida, muito presente.

2. ASSALTO EXTRAORDINÁRIO: CONTESTAÇÃO PELO ESTETICISMO

Nenhuma subcultura tratou com tão aprofundamento a sua separação da paisagem supostamente incontestável das formas normalizadas de sua época como a punk. E, literalmente, nenhum outro estilo-movimento, que acarretava interdisciplinarmente ações como moda vestimentar, música e arte, buscou tanto atrair a desaprovação da moral tradicional (HEBDIGE, 2002). A valiosidade do punk é dada pela mobilização e a eclosão nos aspectos comportamentais da segunda metade do século XX, onde se propôs valores democráticos. A razão central deste capítulo é desmembrar o contexto social prático do punk com ajuda de Rodrigues (2012), Bivar (2018), Restrepo (2005) e outros autores para apontar,

¹⁵ Negócio ou transação comercial que implique a transferência de informação através da internet.

¹⁶ Mistura de acontecimentos sem nenhuma conexão a gerar novos produtos de mídia.

como suas principais particularidades visuais e comportamentais se tornaram referência modista até hoje.

2.1 A era punk nova-iorquina: multiplicidade de expressões

Novos traços identitários surgem em momentos pontuais. Nesse caso em especial, o cenário é dividido em duas linhas originárias. A primeira se deu na cidade estadunidense de Nova Iorque, no final dos anos 1960. A região estava em uma situação pós guerra e em meio a grandes crises na conjuntura sócio-econômica-cultural relacionado ao descaso e abandono do poder governamental, a tornando epicentro de impactos socioeconômicos negativos, com problemáticas que iam desde o apoio do poder federal a ditaduras no Terceiro Mundo, reavaliações de forças e reivindicações pela concessão a maiores direitos a minorias e, por fim, de conturbações psicológicas causadas pelas ameaças de desastre atômico (RODRIGUES, 2012). O jornalista Legs McNeil declarou, na série documental ‘Punk’ (2019), dirigida por Jesse James Miller, que a Nova Iorque daquela época também poderia ser comparada com o resultado do Bombardeamento de Dresden, um ataque militar efetuado durante a Segunda Guerra Mundial, pois haviam muitos edifícios destruídos ou abandonados e milhares de pessoas em situação de rua ou com pouquíssimos recursos para viver. A localidade se tornou ameaçadora para as classes sociais mais baixas, como reflexo de sua própria indigência, longe da metrópole turística convidativa que conhecemos atualmente.

Figura 2, 3, 4 e 5 - Cenário nova iorquino do final da década de 1960



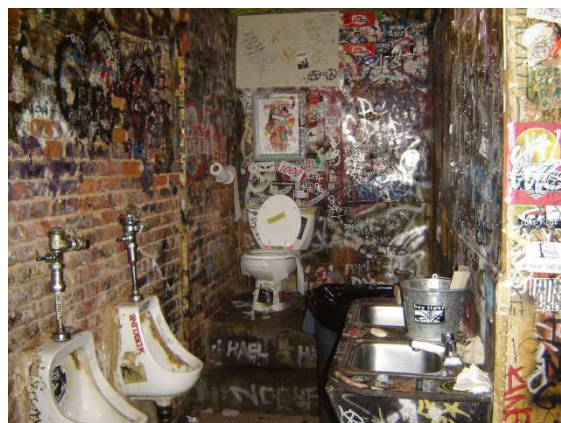
Fonte: Frames do segundo episódio da série documental “Punk” (2019)

Receptivos em uma sensibilidade típica da idade, os moradores mais jovens deixaram suas pretensões de lado, fartos de consumir o que consumiam e de admirar a bandeira, incluindo o ilusório futuro brilhante e próspero prometido pelo ‘modo de vida americano ideal’ (expressado em língua inglesa como ‘*American way of Life*’) em que se prometia - governamentalmente - que nacionalismo, valorização do poder aquisitivo, ideias liberais e o conservadorismo eram as saídas para uma vida abundante para tentar construir uma visão totalmente diferente. Uma filosofia existencialista foi enraizada, pois creiam que novos combates, colisões e lutas sociais continuariam a surgir, mas que, independente de qualquer resultado, a sociedade continuaria perdedora (RODRIGUES, 2012). Essa juventude mergulhada em falta de perspectiva, como uma perfeita fórmula de subcultura e construção de estilo, dedicou-se, então, a aproveitar, sem precedentes, a vida, encontrando novos símbolos e locais de lazer, desapegando do espaço privado de suas casas, abarcando a música como linguagem, fator de identidade e formação de estilo (BIVAR, 2018).

O gênero musical favorito da cena, era de fato era o *rock'n'roll* que, desde sua origem, foi um dos fatores primordiais em sucumbir novos choques, modas, comportamentos, estilos e impactos entre os criadores e ouvintes juvenis. É começando por ele que, geralmente, se abre um inovador divisor de águas, trazendo uma excitação para traços comportamentais (BIVAR, 2018). Os berços para que o rock fosse repercutido revolucionariamente durante

esses anos, foram festas *underground* em pequenos apartamentos, botecos pé-sujo e boates excêntricas do centro da cidade em que, sobretudo, o C.B.G.B. (Country, Bluegrass and Blues and Other Music For Uplifting Gormandizers) em Bowery, era a estrela principal. Conhecido por ser um ponto de fusão da cultura de vanguarda e por ter como público uma mistura de artistas, prostitutas e viciados em drogas, o local proporcionava um ambiente duramente apertado, com um palco pequeno no final do salão, um menu simplório como opção de alimentação e bebida, banheiros unissex (sem portas ou qualquer tipo higienização aparente) e muitas pichações, adesivos, posters e lambe-lambes dispostos em todas as paredes – assim como os outros lugares visitados por aquele coletivo, mas numa escala extrema. Como as mudanças sociais cresceram em popularidade e infâmia, a movimentação dali passou a mudar para uma base ainda mais *hardcore*. Isto, porque, a moçada, instigada em produzir seus próprios projetos com originalidade e expressão (já que ninguém faria por eles) popularizou formações de bandas de rock alternativo ali no bar, com produções criativas de qualidade duvidosa e com nada mais do que três acordes principais, sem disciplina musical e com berros e gemidos não adequados ao padrão acústico popular. Os novos talentos pediam para tocar, e o bar, tensionado em operar em quantidade máxima e trazer mais novidades, os permitiam. (MCNEIL; MCCAIN, 2004)

Figura6, 7 e 8 - O bar C.B.G.B.





Fonte: Plain Jane Productions

As performances dos grupos eram totalmente imprevisíveis, de uma violência tão explícita quanto decadente; ostentavam autoasfixia com cabos elétricos, quebra de equipamentos, jogação de bebida, expelimento de cuspes e cerveja e xingamentos rudes dirigidos à plateia, a qual respondia na mesma moeda. Toda essa sujeira e fúria intercalada, resultou (incrivelmente) no fideísmo de grandes públicos, inclusive na popularização de recebimento de sexo oral de *groupies*¹⁷ nos integrantes meninos de bandas durante as apresentações ao vivo, como demonstração de afeto (MCNEIL; MCCAIN, 2004). A parte disso, o fato de que nas melodias havia a recusa de vínculos partidários ou doutrinários, a liberdade do ócio e desemprego, o prazer da luxúria e ao habitual uso de drogas, os qualificaram como baderneiros de primeira - já que tudo isto não era, necessariamente, o que um pai conservador desejaria ao filho. É assim, que a palavra punk foi empregada a essa geração. Palavra que têm significados desagradáveis diferentes, segundo Ivone Gallo (2008), pois pode ser entendida como:

"madeira podre utilizada para acender o fogo", ou "vagabundo de pouca idade", rufião, capanga ou ainda, em inglês arcaico, prostituta. A palavra aparece também em situações muito distintas, como numa comédia *shakespeariana* em que o autor escreveu "Casar com um punk, meu senhor, é apressar a morte", e, numa cena do filme *Juventude Transviada*, de 1955, quando James Dean refere-se aos inimigos como punks. (GALLO, 2008, p. 751)

Esses grupos e seguidores estavam representando o retrato da escória da sociedade e, não só em gestos comportamentais, como também em suas aparências - cada um à sua maneira de transgressão. A constituição da moda punk de Nova Iorque era múltipla, com

¹⁷ Groupie é um termo em inglês utilizado para caracterizar uma pessoa que busca intimidade emocional e/ou sexual com integrantes de bandas de pop ou rock.

quês “da escatologia das drag queens, do hiper glamour *kitsch* do glitter ao minimalismo visual e o dandismo *mod*” (RODRIGUES, 2012, p. 62). Ou seja, a imagem desse período era uma grande mistura de caracterizações e peças andróginas extravagantes com muito *color blocking*¹⁸ e estética de cabarés alternativamente a vestimentas convencionais e básicas com formas retas, tons claros e texturas lisas vs. trajes categóricos carregados de sobriedade, negritude, sujeira, couro, óculos escuros e tecidos baratos. Fazendo jus ao pensamento de que o que importava mesmo, era a atitude impactante que vinha com a indumentária.

As bandas Talking Heads, Modern Lovers e Dr. Feelgood, *exempli gratia*, mantinham um visual tão simples e pouco trabalhado quanto a maioria dos jovens nerds sessentistas de classe média, com camisas lisas bem passadas ou suéteres de cores pastéis, junto a cortes de cabelo assentados, de visual “joãozinho” ou mullet - conhecido culturalmente como o corte “Chitãozinho e Xororó” brasileiro. Os integrantes usavam roupas que seus pais, literalmente, haviam os presenteado em datas comemorativas, como no aniversário ou Natal. Já no caso das “bonecas de Nova Iorque” (New York Dolls) e dos participantes da Wayne County & The Electric Chairs, o palco se estremecia com suas falsas docilidades demarcadas pela mistura de características femininas e masculinas da maneira mais rebelde possível. Maquiagens borradas, cabelos armados e vestimentas modernas ultrajantes exaltando seus rostos e circunferências másculas, numa tentativa de similar a estética das prostitutas (RODRIGUES, 2012). O The Runaways, grupo composto só por mulheres cisgênero, tinha o *habituée* de investir em se personificar com um pegada *glitter rock* - seus cabelos eram, geralmente curtos e bem desfiados e suas peças (garimpadas na seção masculina) iam desde jaquetas jeans longas, calças de couro e macacões de vinil contrastando com traços brilhosos ou metalizados aqui ou ali, em sapatos de plataformas altas, peças em paetê, cintos, espartilhos e maquiagens artísticas.

Para mais, em entrevista para o livro “Mate-me, por favor: uma história sem censura do punk” de Legs McNeil e Gilliam McCain (2004), a editora Mary Harron da Punk Magazine (primeira revista especializada e independente da cena), afirmou que naquela época também era comum o uso de símbolos fascistas de modo irônico, como suásticas referentes a cruel ideologia nazista. Estavam por todas as partes nos adereços dos The Dead Boys: adesivos colados em guitarras ou nas caixas de som, costurados ou pregados em *patches*¹⁹ em casacos, estampadas em camisetas. Dentre a explicação da editora, era basicamente como se

¹⁸ Tendência em combinar cores vibrantes em uma mesma produção.

¹⁹ Patch é um fragmento ou emblema que constitui-se em um pedaço de tecido de qualquer formato preso com alfinete ou costurado em peças de vestuário. Nele, se pode ter um número de inscrição, um símbolo, slogan ou ilustração.

os jovens berrassem: “Percebam como me visto de maneira tão decadente quanto a sociedade!”

Era tipo: Isso é o que você é; você tem cabelo comprido; você veste isso; você é uma pessoa de paz. E de repente, sem nenhuma transição, sem ninguém dizer nada, surge um movimento, e estão usando suásticas e não têm a ver com aquilo; é uma roupa e é uma agressão. Tem a ver com uma alguma coisa completamente diferente - tem a ver com encenação e tática de choque (MCNEIL; MCCAIN, 2004, p.33)

Figura 9 e 10 - Banda Talking Heads e Dead Boys



Fonte: Lynn Goldsmith (fotografia à direita) e Eileen Polk (figura à esquerda)

Essa tendência emancipatória dos punks ianques, mesmo com ideia progressiva e de engrenagem marginal, não tinha relação com uma posição política ou um esteticismo reconhecível, em razão de que sua indignação e dedicação artística não se referia somente ao desprezo à gestão pública ineficiente ou ao quadro desprovido do lugar que viviam. Mas, se relacionava como uma afronta generalizada ao *establishment* em geral e declaração de morte a utopias e rótulos. Os agentes elementares desse estilo eram: o senso de democracia, a emancipação individual e os novos espaços físicos e simbólicos de divertimento e manifestação, gerando um forte livre arbítrio para montar sua própria banda e agir perante as suas próprias regras - com uma neutralidade e equilíbrio de gênero majestosos para a época. Sendo assim, o que demarca realmente essa fase foi o início de uma ruptura com uma cultura e moda monolítica, que era previsível e não representava grandes benefícios a estrutura social e desenvolvimento desses jovens (RODRIGUES, 2012).

2.2 Londres como unificação *punk*: reconhecimento pelos códigos estéticos

A transição de estilo para movimento, de subcultura à contracultura, foi tomada de assalto na segunda etapa histórica do *punk*. O “estouro” se deu na cidade de Londres, na Inglaterra, por volta dos anos 1975 - em um momento não muito distante de onde estavam os primeiros seguidores revoltados. Nessa eventualidade, o desejo pela balbúrdia surgiu como válvula de escape, assistência social, contestação sobre seu lugar no mundo, busca de liberdade de expressão e, claro, também por influência norte-americana. A garotada de classe trabalhadora estava desocupada e, totalmente afetada pela tensão da Europa Ocidental, onde a taxa de desemprego estava sobressalente comparada aos últimos anos, causada – principalmente – pelo declínio das indústrias impactadas pela crise do petróleo, que reverberou dentro de cada uma delas (RESTREPO, 2005). Correspondente à “redução das exportações, falta de estímulo à produção, ao fracasso do contrato social entre o governo e os trabalhadores e fraqueza da libra esterlina” (RESTREPO, 2005, p. 29)²⁰ a cidade londrina, por ter núcleo fabril, se tornou cerne *punk*.

A paixão pelo rock progressivo, se deu do mesmo jeito ou até mais forte, visto que, a música iniciou aqui como ferramenta de mudança, com posicionamentos e perspectivas políticas. O nível acústico ainda começava na improvisação, literalmente da estaca zero, mas trazendo uma barulheira caótica capaz de reverberar ao reconhecimento. Com a adoção de novas propostas organizacionais, que não se restringiam ao campo de entretenimento, a produção fonográfica do movimento interagiu com outros coletivos de protesto artísticos e políticos, como o anarquismo²¹ (RESTREPO, 2005). Repudiar ao sistema político vigente era lógico para aqueles garotos e garotas, cujos possuíam famílias e amigos tentando sobreviver com muito pouco e pagar por necessidades básicas dificultosamente, enquanto a rainha Elizabeth, principal governante da família real juntamente com o parlamento inglês, oferecia amparos e esforços minuciosos. E, ainda assim, se exibia em pomposas e privilegiadas passeatas pelas principais avenidas. Não deu outra: era evidente que existia uma americanização da Europa – em mal sentido – e isso foi o pontapé para muita fúria e senso de justiça. A banda The Clash, a título de exemplo, escreveu e performou “I’m So Bored with the USA” (Em português: “Estou tão entediado com os EUA”) com o objetivo de condenar

²⁰ Tradução original: “En 1975 la inflación británica alcanzó la tasa más alta de Europa, 25% anual, y el número de desempleados llegó casi a un millón, debido a la reducción de las exportaciones, a la falta de estímulo a la producción, al fracaso del contrato social entre el gobierno y los trabajadores y a la debilidad de la libra esterlina, haciendo de Londres el núcleo de la crisis.” (RESTREPO, 2005, p. 29)

²¹ Ideia de que o povo atua e vive de maneira independente e antagônica ao poder exercido pelo Estado, sendo este considerado dispensável e até mesmo nocivo ao estabelecimento de uma autêntica comunidade humana.

negativamente os vários aspectos da gestão dos Estados Unidos, buscando mostrar também a similaridade com sua região de moradia. Outras músicas e protestos foram concebidos em razão disto.

Àqueles e àquelas que possuíam contextos sociais e o mesmo ódio pela sua própria decadência, estavam na rua King's Road do bairro Chelsea. Um lugar ideal para partilhar interesses, repúdios, trejeitos e gírias - seja você parte de um grupo de músicos ou da molecada suburbana em geral. Foi entre estes que a filosofia punk se tornou um grande “se você não gosta do que existe, faça você mesmo”, incentivando criações próprias de artes plásticas, discos (dando início a um real sistema de gravadoras independentes) e publicações (revistas e fanzines). O momento era perfeito também para criar suas próprias roupas ou adquirir confecções e adereços modernos, com jogos festivos de matérias-primas que salientavam uma criatividade bruta. A boutique de maior sucesso era de propriedade do empresário musical Malcom McLaren e de sua parceira modelista Vivienne Westwood, que ficava no final da rua e possuía um letreiro fabricado manualmente com espuma rosa e borracha. Os idealizadores, à procura de novidade e aperfeiçoamento a ambos mercados, encontraram bons exemplos em viagens feitas à Nova Iorque, os quais iam muito além de seus produtos fetichistas e acessórios inspirados na arte sadomasoquista. (BIVAR, 2018) A aparência do outro continente repleta de universalidade, foi trabalhada e incorporada na loja Sex, que recebia dos mais variados tipos de clientes, mas que ainda precisava de outros intermediários para dar mais vida e dispersão ao seu empreendimento: estrelas do rock. De loja à âmbito musical, o estabelecimento acabou por influenciar e gerenciar a banda New York Dolls e, posteriormente, os Sex Pistols – que foram os maiores precursores do movimento no mundo. Foi assim que começou-se, então, a vender e unificar um determinado modismo vestimentar.

Figura 11 e 12 - Gang Punk em Kings Road



Fonte: Ted Polhemus/PYMA

Os itens e caracterizações de beleza mais famosos, sejam comprados na Sex, “nas vendas das manhãs de sábado nos fundos de paróquias” (BIVAR, 2008, p. 49), por segunda mão ou encontradas em lojas tradicionais (recebendo sempre um trato pessoal, com acréscimos aqui e ali) podem ser melhores exemplificados em sete categorias principais, segundo Daniel Rodrigues (2012): os rasgos, o fetichismo, a estamparia estapafúrdia, o militar não-militar, a maquiagem excessiva, as cabeças radicais e as bugigangas sórdidas. Cada design de superfície, formas e cortes provinham de inspirações impalpáveis interessantes e que tangiam opiniões e assuntos importantes relativos à sociedade.

Por possuir uma grande versatilidade e preço acessível, o uso de jeans, tendo como primeiro exemplo, passou a ser comum a muitos. Os jovens punks também o usavam e aderiram rasgos e dilaceração no tecido principalmente na altura dos joelhos, como apatia e crítica mordaz à Igreja Católica, ao fanatismo e o conformismo religioso de seus fiéis e aos seus “crimes contra a humanidade e ditames morais” (RODRIGUES, 2012, p. 70). Cada fenda e esfarrapado de um jeans, significava mais do que desleixo, carregava a indignação aos que preferiam permanecer ajoelhados à espera de um milagre ou presos em um ideal passado à realmente fazer algo para mudar a realidade que os cercavam. Outro traço ultrapassado foi a adição de elementos extraídos do fetichismo sexual ao dia-a-dia. Deixando de estar evidente apenas em conteúdos pornográficos e práticas eróticas privadas, os harness²² (femininos e masculinos), coleiras semelhantes a de cães, correntes, lingerie aparentes, espartilhos sexys, capas de borracha, meias arrastão e sapatos pontiagudos foram aderidos na intenção abdicar depravação, falta de libertinagem e castração social (RODRIGUES, 2012)

²² Série de tiras de couro e correntes de metal presas de maneira a permitir que uma pessoa use o item.

Ademais disso, para aterrorizar ainda mais os observadores caretas, tecidos baratos e de má qualidade (como algodão, lurex²³, plástico, borracha e *sky*²⁴) moldavam todo tipo de vestimenta, sendo a camiseta o traje mais familiar. Como legítimos fãs de vulgaridades e grosserias - desenhos bizarros, pichações, rabiscos, bestiais²⁵ e tipografias de tabloides vulgares londrinos, trabalhados em letras garrafais, se tornaram estamparias estapafúrdias perfeitas para essas blusas de manga curta. Dizeres simples como “Não!”, “Caos”, “Ódio”, “Guerra”, “Anarquia” em inglês também se misturavam nessas superfícies com o objetivo de reforçar a desordem e o desequilíbrio contemporâneo. Já o aspecto militar não-militar surge de acordo com a idade precoce que as turmas da cena obtinham, a qual tornava a prestação de serviço militar algo recorrente. Muitos dos garotos haviam acabado de finalizar esse cumprimento de lei e ainda detinham dos uniformes e calçados. Com demasiada descrença na promessa de paz provenientes das guerras e de forças armadas, as peças que compunham a farda militar como coturnos e jaquetas camufladas ou de tons de verde-musgo e marrom-terra passaram a vestir corpos junto à braçadeiras nazistas, suásticas vermelhas, distintivos soviéticos em linguagem cirílica, cruces do Terceiro Reich, representações do número 227 da Ordem de Stalin e ilustrações e retratos costurados ou colados da rainha Elizabeth ao lado de códigos e símbolos pornográficos. Isto tudo retirando o sentido habitual do uniforme como sinal de “proteção à pátria” para uma ridicularização de repúdio “aos exércitos, às polícias, às milícias, aos governos imperialistas e a toda forma de imposição armada” (RODRIGUES, 2012, p. 73)

A respeito de cosméticos e maquiagens, vimos que os punks de Nova Iorque lidavam com este atributo como sinal de construção própria, e neste novo enquadramento esse atributo não muda. Contudo, era mais costumeiro o uso de revestimento espesso de rímel nos olhos, a cobertura do rosto por uma camada de tinta branca ou base facial muito clara, a pintura de desenhos ou delineados grossos com lápis preto cremoso e a pigmentação em púrpura, azul sombrio, preto, vermelho e matizes parecidas nos lábios. Já as unhas, quando tingidas, eram avivadas com colorações escuras. Outra associação importante sobre o aspecto ornamento, é sobre cabelos dos punks ou até sobre a falta deles. Com despreensão, os meninos e as meninas de Londres optaram por exibir e alterar suas madeixas em uma grande diversidade de estilos, preparados e/ou despenteados de maneira a serem produzidos em casa. Eram cabelos raspados, tosados, de faixas baixas que se estendiam do fronte até a nunca, tufos

²³ É um tecido de malha que possui um acabamento em fios metálicos.

²⁴ Com toque suave, caimento fluido e superfície transparente, pode ser um tecido de poliéster ou de elastano.

²⁵ Produtos que possuem características brutas, grosseiras e selvagens. Tendem a ter formas de animais antropomorfos ficticiais.

irregulares e arrepiado total além dos clássicos moicanos porco-espinho, que faziam alusão direta aos cortes de cabelo indígenas da tribo americana Moicanos, dizimados em conflitos territoriais por colonizadores europeus. Utilizar o moicano era um exercício de memória à coragem dos povos aborígenes e um lembrete sobre a intolerância para com os mais fracos. Para mais, as júbas eram também descoloridas ou pintadas com o excesso de cores que faltavam em suas unhas, que iam de verde-limão, rosa-choque à amarelo feno, preto retinto ou alaranjado brilhante. O tingimento de cabelos e seus cortes nunca tiveram tamanha liberdade. (RODRIGUES, 2012)

Acessórios e bugigangas também agregavam muito à aparência. A onda da vez era empregar qualquer tipo de apetrecho (dos mais esquisitos aspectos e utilidades), como verdadeiras joias raras. Giletes, chupetas, pequenos esqueletos, cabos de vaso sanitário, crucifixos invertidos e alfinetes de fralda e de segurança eram amarrados em rosários católicos e em correntes grossas. Nos rostos, vários brincos grosseiros, argolas, pregos finos, espinhos, cordões e hastes metalizadas eram cravados em lóbulos, tragos, transversais e outros espaços possíveis de orelhas, narizes e septos nasais, lábios e línguas e bochechas. (RODRIGUES, 2012)

Figura 13 - Punks na Tower Bridge



Fonte: Chris Parker/PYMCA

Eis aqui a grandeza desse assunto: o punk deu valor a elementos até então inimagináveis, para deixar de usufruir de moda e de suas criações como um encaixe a padrões e modificações corpóreas parâmetro. Presenteou mais democracia e permissão de gostos livres. Em geral, desde os jeans rasgados aos artigos escolhidos, com toda uma estilização e agressividade precisa, as apresentações tiveram um papel de aceitação e naturalização daquilo, que até então, era o oposto do moral e do apessoadado para o inconsciente social.

Finalmente, armários puderam haver tantas feiuras e desajustes quanto pensamentos e personalidades amorais e imorais.

Todas essas representações de imagem identificáveis, as quais levantavam discursos libertários, desejos, sonhos e mal-estares, assinalaram existência e voz a uma geração. E, com a entrada de novos anos e modernidades, foram também reveladas novas fragmentações dessas gangues iniciais punks e dissipação das roupagens vestidas por esses adolescentes em nível internacional. Um exemplo interessante disso é a vertente “Riot Grrrls” com origem nos anos 90, cujo o exercício trabalhou - e ainda trabalha - a autonomia e a maior participação das mulheres na indústria musical, na produção artística e na inclusão de políticas públicas. As ressignificações das vestes desses grupos femininos, que podem ser encontrados até em cidades brasileiras, são similares a da origem estilística londrina mas com a intenção de ser usado como um uniforme, capaz de dificultar a visibilidade da diferença social entre as *riots* (GELAIN, 2017).

Para que se pudesse conhecer um pouco mais a fundo desse universo *rockabilly*, incentivos midiáticos foram cada vez mais trabalhados. Assim, o sistema da moda chegou a ser apresentado com um progresso inverso ao habitual. Gravações patrocinadas de grupos musicais, festivais e shows, programas televisivos, filmes comerciais com personagens punks, documentários sobre o movimento no mundo, editoriais, conteúdos em revistas especializadas e rádio foram propagados, além de coleções e desfiles de alta-costura por grandes nomes como John Galliano e Jean-Paul e distribuição de peças similares em forma pronta para o consumo para a maioria das camadas sociais. Isto demarcou ainda mais importância às intenções rebeldes, mas o espírito antropofágico do *street style* foi limitando-se e coabitando a outras alternativas com essa cooptação pela indústria.

Nos dias que correm, nos são entregues, como espectadores, pouquíssimas narrativas nos formatos mais usuais, como o audiovisual, com foco essencialmente na origem social desses itens vestimentares baseados no punk - podendo fazer com que, de alguma maneira, ela seja dinamizada. Embora não seja demérito dos criadores ou dos indivíduos consumidores (pois a democracia de uso e de invenção é precisa e diversos caminhos para discussões sociais como estereótipos e liberdade sexual, foram abertos por conta deles), empiricamente, se nota a passagem por um período extremamente imagético e dialético, em que as tendências de roupas e acessórios fazem uma retrospectiva e resgate conceitual da história sem chegar propriamente em origens sociais. O site Lyst.com²⁶, um dos meios de extração dessa

²⁶ Disponível em: <https://www.lyst.com/>. Acesso em: 18/10/20

conclusão, cujo faz listagens dos produtos mais *trendings* e procurados do ano, qualificou (em outubro de 2020) as *chokers* e correntes com penduricalhos e pingentes de chaves e cadeados como uma das maiores atrações dos consumidores de moda, só que sem qualquer menção ao objeto deste estudo. Curioso, não é?

3. ASSALTO EM FLASHES: O AUDIOVISUAL COMO AGENTE ESTÉTICO

Neste capítulo temos por objetivo apresentar os principais elementos que compõem o processo de concepção de um produto audiovisual com destaque para sua metodologia (ZETTL, 2017; RODRIGUES, 2007) e efeitos enquanto ferramenta de resgate de história e de moda (KORNIS, 1992). Esse delineamento tem o propósito de também avivar a importância e a relação que o profissional de designer de produção (e, conseqüentemente, das suas funções de trabalho) tem na concepção deste tipo de material comunicativo anexo a linguagem mixada com raízes no cinema experimental do gênero *fashion film*, utilizando como embasamento os autores Carpinteira (2011), Lobrutto (2002), Mijovic (2013) e Martin (2015).

3.1 Projeto audiovisual enquanto registro histórico

Acontecimentos passados ou narrativas articuladas à contextos históricos, quando contadas visualmente por meio de projetos e produções audiovisuais, sejam elas de qualquer linguagem (como filmes de moda, longa-metragens, documentários e desenhos animados) podem atribuir bons resultados de coerência e inteligibilidade a esses processos (ABDALA JÚNIOR, 2005). Além disso, por sua fácil destinação às massas, esses objetos industriais e produtos culturais com expressão da realidade, podem revolucionar o sistema de arte com seu poder de difusão (KORNIS, 1992).

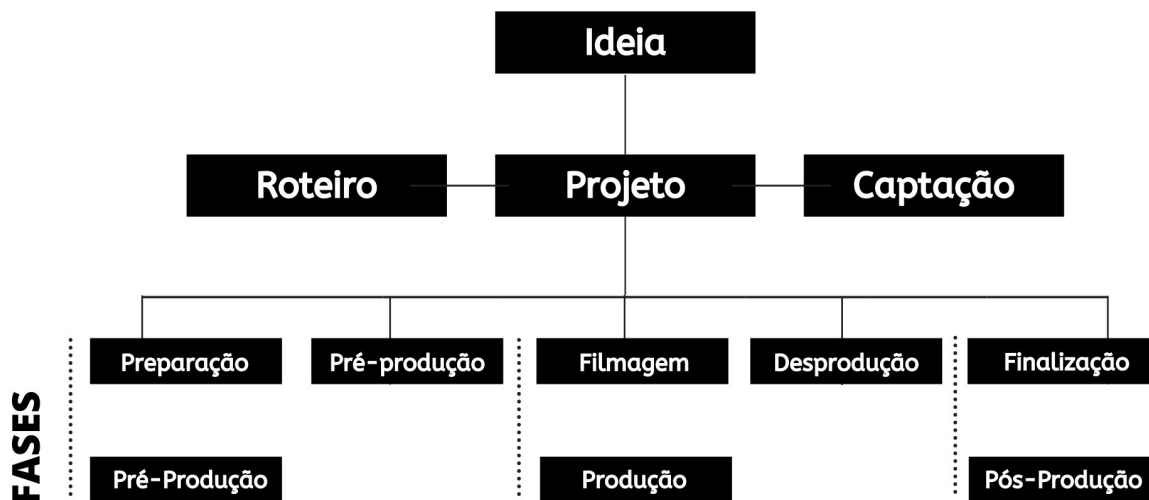
As contribuições do movimento punk para o enredo da trajetória humana, tendo como exemplo, foi englobado das mais variadas linhas e categorias neste tipo de comunicação, com objetivos contrastivos mas importantes. Com elas, se abriram espaços para o questionamento e reconhecimento sobre a natureza das relações entre as imagens cinematográficas e a sociedade que viveu essas imagens. Criações ficcionais como “SLC Punk! (1998), Sid & Nancy: O Amor Mata (1986), “C.B.G.B: O Berço do Punk Rock” (2013), assim como os documentários “Punk” (2019) e “Westwood - Punk, ícone, ativista” (2018) tiveram abordagens e tratamentos distintos e consideraram temas úteis para indicar particularidades, tanto estilísticas como culturais e ideológicas. Mesmo que a “imagem não ilustra nem reproduz a realidade, [mas] ...reconstrói a partir de uma linguagem própria que é produzida

num dado contexto histórico” (KORNIS, 1992, p. 238), o drama ficcional dos únicos dois punks moradores de uma cidade conservadora do interior, a docuficção²⁷ sobre um clube significativo para a indústria fonográfica punk ou a série documental com depoimentos de nomes fundamentais para repercussão do gênero musical, tiveram uma construção de influência na geração de reflexões novas, a partir de um contrato visual com o espectador.

É devido a alta complexidade de realização de cada uma dessas e de outras obras, que se cumpre caminhos teóricos-metodológicos, conferidos pelo estudioso Hebert Zetl (2017), que visa contribuir tanto com os fins de execução quanto em estudos prévios e preparos com criatividade, eficiência e responsabilidade organizacional. Zetl (2017) exemplifica que os três estágios que compõem uma produção completa são a pré-produção, produção e pós-produção, os quais podem ser exercidos simultaneamente (como em trabalhos de grande escala) ou separadamente, de modo a dar vida a tramas com estratégia e planejamento. Chris Rodrigues, por sua vez, na obra de sua autoria denominada “O Cinema e a Produção: para quem gosta, faz ou quer fazer cinema” (2007), utiliza esses processos como base e cria as categorias de roteiro, projeto e captação, de modo a simplificar ainda mais o processo de traduzir ideias em imagens. Para mais, em sua fase de projeto, existem ainda outras cinco sub etapas chamadas preparação, pré- produção, filmagem, desprodução e finalização. Os entrelaces desses dois métodos são importantes quando percebemos que o resultado desse modelo agrega ainda mais na previsão de risco e na melhor designação de afazeres - podendo conceber maiores significados, discursos auto-explicativos e memória social. Deste modo, é para melhor entendimento, a ilustração abaixo se faz presente.

²⁷ Uma produção de vídeo de gênero híbrido, entre uma ficção e um documentário.

Figura 14 - As fases projetuais do audiovisual



Fonte: Adaptação realizada pela autora baseada nas obras de Rodrigues (2007) e Zettl (2017)

Nesta linha de pensamento, quando uma ideia é maturada ela passa a ser construída através de um roteiro e de suas necessidades logísticas, táticas e custosas na fase homônima. O roteiro pode ser trabalhado por meio do desenvolvimento de um *storyline* (construção sucinta do percurso, com cerca de cinco linhas), sinopse (uma ideia geral da história e de seus participantes, não ultrapassando uma ou duas páginas de material), argumento (conjunto de ideias, sequências, locações, personagens e situações dramáticas com pouca ou nenhuma narração e diálogos, sendo trabalhado por uma quantidade livre de conteúdo), roteiro literário (finalizado com descrições detalhadas e diálogos, podendo ter em média 120 páginas) e o roteiro técnico (trabalho decupado com indicações para as equipes técnicas e seus devidos exercícios) (RODRIGUES, 2007). Esse processo pode ser acabado por completo ou com eleição de apenas um ou dois passos - dando espaço para que exista profissionais especializados tanto na totalidade desse tipo de construção textual, quanto no tratamento de minúcias ou de uma fase em particular. Ou seja, o texto pode ser feito por pessoas roteiristas, argumentistas, dialoguistas, *gags men* ou pesquisadoras.

O levantamento metódico dos recursos necessários são retirados desses textos e são exercidos na fase de projeto, mais especificamente na subcategoria de preparação. Nela, se realiza decupagens diversas, de modo a possibilitar o estudo de cronogramas, a organização de orçamentos definitivos e preparativos legais e pormenores (como licitações, contratos e

documentações), além de possíveis escolhas artísticas e técnicas. Depois, quando pronto, se é confirmado e obtido tudo que coube a validação da preparação na subcategoria de pré-produção. Aluguel do *set* de filmagens, contratação de todos os participantes, compra de materiais, visitas finais às locações, testes e ensaios (com personagens e equipamentos), ordens do dia e outras atividades são garantidas (RODRIGUES, 2007). Além do mais, todas as ações e serviços exercidos efetivamente em estúdio ou em campo externo, acontecem a partir desses conceitos materializados, por isso que esse momento tende a ser a parte que mais leva tempo em uma produção (ZETTL, 2017).

Calculada a construção dos planos para a filmagem, se inicia a produção, onde acontecem as gravações. Essa é uma das etapas mais ligeiras, pois a investigação das equipes fica para trás, e o planejamento se torna prática. As equipes se destinam para os espaços físicos estipulados e as atenções são voltadas para a ação. Checagem dos itens da decupagem de produção e relatórios (anotações de atrasos, horas extras eventuais ou quantidades de páginas filmadas do roteiro) também realizadas. Em sequência, temos a chamada desprodução, que é a ocasião em que se organiza e se devolve todo o material que foi locado ou emprestado para as filmagens, como utensílios e peças de vestuário. As ambientações utilizadas finalmente voltam a sua ordem habitual. Quando terminado, a finalização começa e se é dado a forma final, com telecinagem, edição ou montagem, tratamento de sonorização e, conseqüentemente, de sincronização de áudios, músicas, ruídos e diálogos, ademais de efeitos visuais, análises e correções de cor (conceitos gerados na pré-produção) e cópias para distribuição do película. Durante o desenvolvimento de tudo isso, os agentes da categoria de captação, os últimos do gráfico, participam paralelamente do início ao fim. Estes administram os recursos e a comercialização, buscando - inicialmente - relações lucrativas com empresas privadas, investidores e projetos governamentais, com intuito de levantar finanças, receber descontos especiais no pagamento de impostos e alcançar apoios de leis de incentivo à cultura para reverter ao projeto e, posteriormente comercializá-lo com a sua exibição (RODRIGUES, 2007).

O desenrolar desse modelo demonstra uma comunicação que reconhece a importância da identidade e do conjunto visual, do trabalho coletivo e da resolução de problemas com dedicação. Por isso que na regência dessa complexa orquestra, é preciso que existam dois tipos de equipes técnicas. A primeira, é aquela que engloba funções com limites previstos e determinados, por conta de seu delineamento artístico. Suas atividades se renovam de um filme à outro e em seu campo de atuação não se pode haver intervenções - como é no caso, por exemplo, de foquistas, dublês e maquiadores, em que suas expertises são únicas e

próprias dos seus devidos toques, visões, linguagens e atuações. Já na segunda equipe, há a permissão de numerosas possibilidades de interferência e uma variação elástica de papéis, pois se é trabalhado com muita logística. Esta é muito mais ampla do ponto de vista de responsabilidades e decisões estratégicas, tendo em conta que é desencadeada por platôs, diretores e produtores executivos. A composição de cada uma pode ter os mais variados fluxogramas e hierarquias, de acordo com o tamanho e a especialidade do produto, mas, mesmo assim, elas devem sempre trabalhar em união - pois sem uma, não há outra. A arte sem a logística (e vice-versa) é dificilmente bem materializada (RODRIGUES, 2007).

Esse trabalho evidenciará o olhar da equipe artística, em especial das atividades que o profissional de designer de produção exerce junto ao departamento de arte. Seu trabalho é um dos principais critérios de avaliação para a análise e entendimento dos filmes, por possuir um extenso processo de construção da imagem cinematográfica, agregando criação visual, base conceitual e plástica, além de traduzir a questão de origem social das roupas e de elementos de moda como parte de tudo isso. É por esse motivo que será desenvolvida uma gramática de elucidação do que é a profissão e de como pode funcionar a realidade material que ele trabalha.

3.2 O papel do designer de produção na estruturação estética do audiovisual

Apesar do seu gênero, proposta ou das técnicas trabalhadas na sua produção, a peça cinematográfica transmite uma mensagem, foca em um público-alvo ou uma persona e visa a sua funcionalidade de acordo com análises do roteiro e uso intencional de significados visuais, como vimos. O universo que demarca a autenticidade e aparência visual do filme, é de responsabilidade do designer de produção (*production designer*), maior autoridade do departamento de arte, que aplica os conhecimentos sólidos em design gráfico, infografia, áreas projetuais, psicologia, história e artes em geral em um esquema pictórico que dá o suporte para a tradução dos significados visuais nas diversas fases de projeto (CARPINTEIRA, 2011).

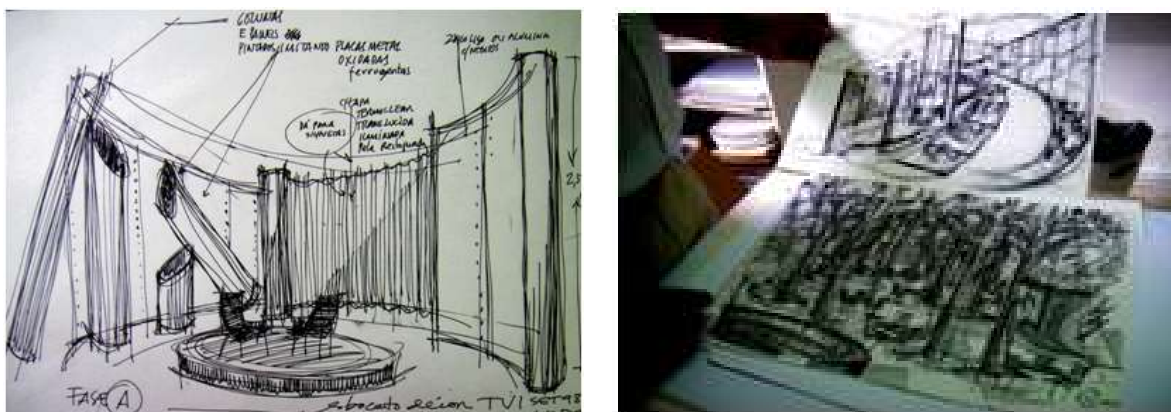
De uma perspectiva histórica, a expressão designer de produção se classifica como uma evolução dos termos diretor de arte e cenógrafo. A designação surgiu pioneiramente junto ao trabalho do diretor artístico William Cameron Menzies no filme “...E o Vento Levou” (1939), que conforme o seu deslumbrante desempenho em outras tarefas que não eram tipicamente conferidas à sua profissão (como a estruturação de cenas e planos filmicos e a investigação imensa e exaustiva de componentes, movimentos de câmera e cores) se foi dado mais sustentação ao projeto filmico. Assim, Menzies recebeu a nomeação e o

reconhecimento do produtor David Selznick por conceber muito mais do que a projeção de cenários. (LOBRUTTO, 2002). Outra razão para esta mudança de nome é que, à medida que esses produtos culturais passaram a ter maiores investimentos, foi necessário que a equipe de arte e suas ramificações se tornassem mais numerosas. Assim, por uma questão de diferenciação hierárquica e valorização do colaborador, a pessoa cuja função seria a maior, como dirigir e coordenar outras equipes de arte, passou a adotar o nome de designer de produção. Lembrando que, seguindo a mesma linha de pensamento, profissões nesta área sempre sofreram alguma alteração no seu nome pelo mesmo motivo. O secretário se tornou o produtor e, até mesmo antes disso, quem foi “cameraman” ou cinematógrafo, agora é diretor de fotografia (CARPINTEIRA, 2011). Para mais, no famoso cinema hollywoodiano, a utilização do termo está no mercado há mais de 20 anos e o exercício dele é reconhecido em premiações grandiosas como o Oscar (julgado pela *Academy of Motion Pictures Arts*) em modalidades como “*Art Direction Award*”.

Seja com que designação for, esse profissional é um dos pilares que sustenta qualquer projeto filmico, onde a estruturação de seu trabalho inicia assim que se tem conhecimento sobre a sinopse, o roteiro ou o argumento. Esclarecimentos sobre como o filme deve ser concebido e fotógrafo é discutido em reuniões com a produção, além de prazos, possíveis modificações, preferências, indicações, trâmites administrativos e burocráticos. É com esse aporte que se obtém informações da proposta estética e quais são as metáforas visuais que deverão ser performadas (JACOB, 2006).

Para afinar e determinar as diretrizes das linhas de ação e imagem, o designer começará pela análise técnica do briefing com uma decoupage do roteiro, identificando o perfil psicológico e a expressão modelística dos personagens e a localização espacial e temporal da história. Materiais de referência (como literatura, textos de historiadores, frames de filmes, desenhos, pinturas, esculturas, fotografias, entre outros) são buscadas, para definir os suportes físicos que servirão de ambientação para as gravações. Quando locações são decididas (após visitas, procuras e aprovação para com a produção), medições são realizadas com o objetivo de fornecer todos os dados para a construção, acabamento e montagem de cenários e de contribuir com a equipe de fotografia e som (que irá identificar os melhores posicionamentos para a iluminação, movimento e angulação de câmera e percepção de som na etapa de filmagem). Imagens, esboços, plantas baixas, plantas *lay-out*, medidas que separam as entradas de luz, comprovações do estado do solo ou das alturas dos tetos e maquetes físicas ou digitais, são exemplos disso (JACOB, 2006). A meta aqui é encontrar o fundo adequado e de qualidade para simular a narrativa.

Figura 15 e 16 - Perspectivas do ocupação de um estúdio



Fonte: Antônio Casimiro para a obra “Design de Produção: a intervenção do designer de produção na peça cinematográfica” (CARPINTEIRA, 2011, p. 21-22).

A efetivação de conceitos plásticos almejados envolvem ainda mais variáveis importantes, como a paleta cromática, o figurino, a maquiagem, os penteados, os acessórios e os objetos de cena. Indo muito além de seus designers de superfície, o emprego desses apoios espelham concretos simbolismos e dramaticidades. A coloração perpassa um caminho entre texturizações à “relações sociais, condições de classe, caráter dos personagens, sensações e emoções” (JACOB, 2006, p. 43). Se é pressuposto que algumas coisas não vão ser contadas e serão percebidas através da tonalidade de uma casa, da organização de matizes do quarto de um personagem ou da energia das luzes presentes no quadro, por exemplo. Por isto, que as cores reagem no vestir e nos espaços cênicos. Como forma de comunicação, as roupas e adornos que atendem as necessidades do espetáculo também expressam personalidade. Além de que, o figurino, a maquiagem e os cabelos dos personagens ganham mobilidade no corpo do ator e ajudam a datar idade, a ocupação ou status, bem como da época que vive e como vê o mundo. Essas características humanas essenciais estão também nos móveis e objetos de cena que trabalham uma psicologia tão complexa que até pode nos dar uma explicação de porque se atua de uma maneira ou de outra. Com muita capacidade, o profissional se utiliza de recortes, croquis, busca por grafismos e tipografias, modelos ilustrativos e *storyboards*²⁸, para caracterizar alienígenas de planetas e galáxias distantes, ambientar cidades mexicanas em gravações no Canadá ou até fazer o espectador viajar no

²⁸ Desenhos que mostram os planos, enquadramentos e ângulos de câmera de todas as cenas.

tempo ou em fantasias e pesadelos (LOBRUTTO, 2002). Para tudo isso, é levado em conta aspectos de durabilidade e formas fáceis de vestir ou despir.

Figura 17, 18 e 19 - Esboços e estudos de figurino



Fonte: Antônio Casimiro para a obra “Design de Produção: a intervenção do designer de produção na peça cinematográfica” (CARPINTEIRA, 2011, p. 21-22).

Todos esses processos exigem muita laboração. Por isto que a investigação e prática de todos esses subprojetos são recomendadas junto a colaboração e empenho de outras três equipes dentro do departamento de arte. A grosso modo, dependendo muito do tamanho do plano, elas podem ser classificadas como: a equipe de cenografia (constituída, muitas vezes, por produtores de arte, contra-regras, carpinteiros, marceneiros, arquitetos, maquinistas e construtores); a equipe de figurino (combinada por figurinistas, costureiros, camareiros,

adrecistas e produtores de figurino) e a equipe de caracterização (instituída por cabeleireiros, barbeiros, maquiadores e especialistas em efeitos visuais na pele) (JACOB, 2006). Essa força contribui para que mudanças e permanências históricas sejam registradas com devida problematização, análise, definição e modelagem.

3.3 *Fashion film*: a experimentalidade do gênero exclusivo da moda

Não é segredo que as marcas de moda e a indústria de beleza em si construíram um império publicitário e respiram junto a ele. Comerciais em canais abertos, blogs, redes sociais digitais, sites de revistas do segmento, editoriais e muito *branded content*²⁹, formaram alguns dos recursos de mídia que tornaram as marcas mais próximas, transparentes e comprometidas aos olhares externos. A criação de uma nova estética midiática chamada *fashion film* (ou filme de moda) conquistou um pleno auge com sua autonomia de gênero audiovisual experimental, sucumbindo com grifes de artigos de luxo (DI PAOLO, 2015). A alternativa foi plausível, inicialmente, para divulgação de desfiles, apresentações de coleções, eventos estilísticos e demonstrações da rotina das *maisons*, permitindo que se pudesse escenificar espaços inspirados majoritariamente nas peças de roupa, nos cabelos e nas pinturas faciais. Com o tempo, o destaque continuou dado a caracterizações, sendo tão fundamentais quanto um roteiro, mas a experiência sensorial (que pode estar ou não relacionada a um empreendimento) se tornou mais importante que a venda de um produto (CASTELLÓ-MARTÍNEZ, 2015). As firmas de moda de luxo ainda são as maiores produtoras dessa nova estratégia de contação de histórias (DIAZ SOLOAGA; GARCIA GUERRERO, 2016) porém, tentativas de indivíduos fora desse meio, como entusiastas e fotógrafos que trabalham por conta própria, progridem para um equilíbrio.

As fronteiras para a projeção de um *fashion film* transcenderam os círculos da internet e os veículos tradicionais. Entretanto, a linguagem veio com a intenção de responder às novas necessidades de entretenimento e conteúdo, e é por isto, que detém de uma distribuição mais focada no digital. Os vídeos de moda no online têm maiores possibilidades interativas e atingimento de públicos com viralidade, transmidialidade e, até análise de performance dessas produções com técnicas de *inbound marketing*³⁰ e de Customer Relationship Management (em português: relacionamento com o consumidor). Na web, com as plataformas de expressão de sentido, as reproduções e transmissões ao vivo mais habituais

²⁹ *Branded content* é uma ação estratégica com amplas possibilidades criativas em comunicação, de acordo com as novas formas de relação com o consumidor.

³⁰ Forma de publicidade on-line em que uma empresa ou pessoa pública promove seus conteúdos em mídias pagas ou orgânicas.

fazem deleite da customização da beleza tanto com surrealismo e traços improváveis quanto com uso de realismo. As dramatizações são sempre compactas e duram de um a vinte minutos - variando de acordo com o realizador (MARTÍN, 2015). De mais a mais, para as encontrar ou publicá-las facilmente, a utilização do símbolo do "jogo da velha" (#) ou apenas *hashtag*, acompanhando palavras-chave sobre, chega a ser muito recorrente permitindo a qualquer público acesso instantâneo e incomparável. O uso de *#fashionfilm* e *#fashionfilms* no Instagram – rede social de compartilhamento de fotos e vídeos – somou, até o mês de agosto de 2020, quase 500 mil publicações³¹ de usuários com as mais variadas composições e harmonizações de roupas, espaços, modelos, recursos e números de interações. De feito empírico, se vê que a internacionalização desses conteúdos criam alianças, centros de cultura e podem levar reflexões a pessoas que não têm nenhum interesse, apreço ou qualquer expertise por moda. Sobre a produção, é certificado que a incorporação transitória e experimental dessas mídias consente que o *fashionismo* seja proporcionado nos modos projetuais do audiovisual em concordância com a disponibilidade tecnológica e criativa de cada um.

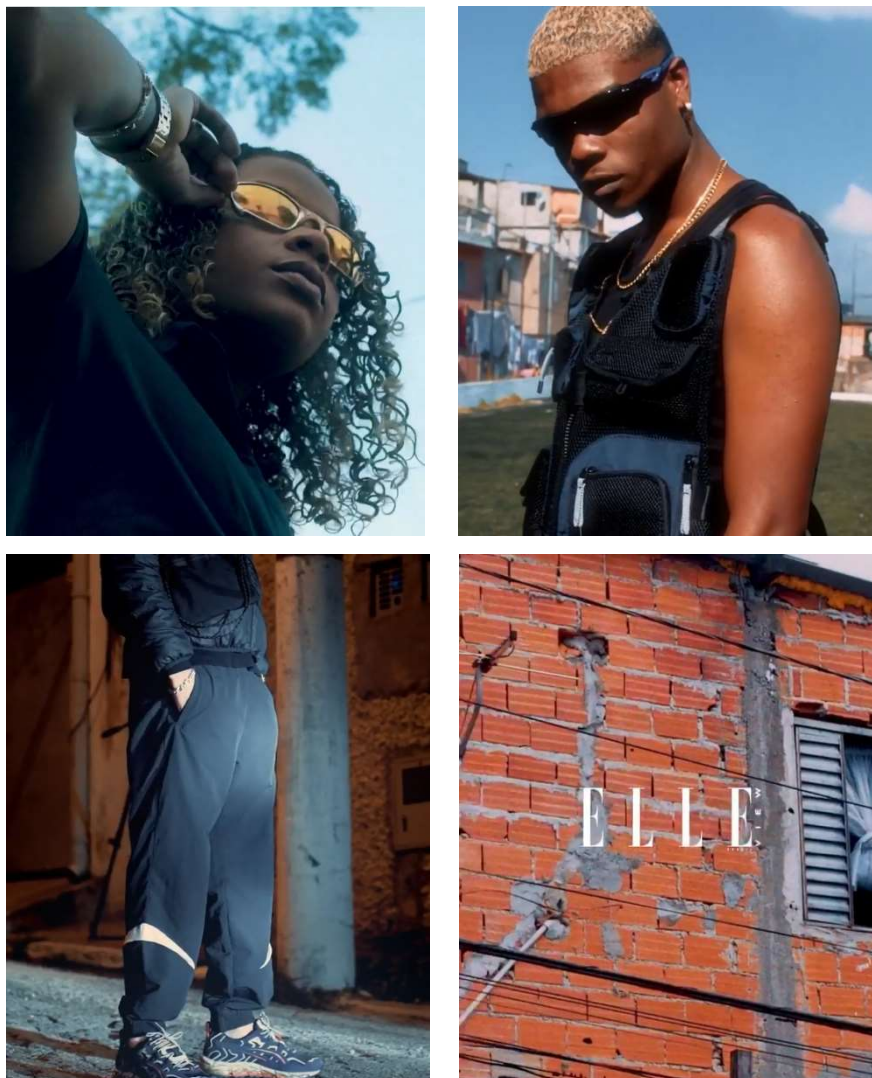
Em relação a resgates culturais na moda com esse formato, os *fashion films* produzidos pela revista digital ELLE View Brasil em sua edição de agosto de 2020 servem como bons modelos disso. Nestes trabalhos em especial, o modo estilístico das periferias brasileiras foi retratado junto a sonoridades particulares da região - como batidas de funk e ruídos de escapamentos de moto - conectando-as como experimentações tecnológicas. De modo único, correntes grossas, unhas longas, bandanas tipo *da durag*³², tênis esportivos e de escalada, óculos do tipo *juliet* e de marcas de luxo como Balenciaga, Versace e Louis Vuitton, ostentadas e/ou ressignificadas junto a agentes caracterizantes do meio do funk, rap e hip hop e das favelas no núcleo São Paulo x Rio de Janeiro como MC Soffia, Onnika, Peroli, Mc Dricka e menino Jazz protagonizaram tais produções com muita sensibilidade e perspicácia. O interessante nisso é ver que, mesmo comercializando conteúdo sobre *streetwear*, a revista não abandona a origem e a realidade dessas localidades. A modista congoleza Anifa Mvuemba surpreendeu a muitos de modo similar: criando *fashion films* de roupas que desfilam sem modelos, numa realista animação 3D, para qualificar a história do seu lugar de nascimento e explicitar a invisibilização da mulher negra em desfiles modistas. Mvuemba expandiu ainda mais a potencialidade do gênero através de uma lente própria

³¹ Análise conferida pela própria autora no dia 12/08/2020.

³² Bandanas originadas nas tradições negras utilizadas para evitar padrões de ondas nos cabelos que possam mudar durante o sono. Também habitualmente usadas com penteados com ondas, tranças e dread lock.

recheada de magnitude, segundo a jornalista Marina Santa Helena, no seu podcast *Estilo Possível*³³.

Figura 20, 21, 22 e 23 - Frames do *fashion film* de resgate periférico da Elle Brasil



Fonte: ELLE View Brasil, edição de agosto/2020

Já o desempenho de Erika Aguilera, modelo plus size de Nashville, Estados Unidos, nos mostra que realizações menores também podem gerar retornos positivos. Os vídeos de Erika são publicados em seu perfil no Instagram e são comparativos de *outfits* dela e de outra menina magra convidada (geralmente pessoas distintas de um vídeo a outro), assinalando como um *look* igual ou muito similar pode ficar em dois tipos de curvaturas diferentes de uma maneira divertida e gravada e editada propriamente para a rede social - com formato

³³ Episódio “O poder de Beyoncé e a revolução de Anifa Mvuemba” de número 50, publicado na plataforma online Spotify.

vertical e cortes rápidos. E, no caso do *fashion film* divulgativo da música “RASGA” by Urias e Maffalda, performado pela drag queen Bianca DellaFancy e promovido no projeto beneficente *Haus of Heart*, demonstra como a arte da experimentalidade da moda em movimento também pode ser trabalhada em pró da conscientização social.

São enredos e processos específicos que demarcaram autenticidade e chegaram a ser tão indispensáveis quanto o potencial expressivo das roupas nessas comunicações. Em outras palavras, o que faz de um bom filme de moda é o que faz bom qualquer filme: deter de organização e propósito. Assim, os *fashion films* são elencados em três métodos, sendo eles chamados de não-narrativos, narrativas convencionais e de narrativas orgânicas. Àqueles que são como fotografias em movimento são os não-narrativos, podendo ser sedutores, românticos e simpáticos. Já os de narrativa convencional são aspiracionais e emocionantes, se vale de histórias clássicas, similares a de cinema independente, recorrendo a processos narrativos de alto conteúdo simbólico. Por fim, existem os de narrativa orgânica, cujos têm atributos majoritariamente estéticos. Essa categoria privilegia muito mais os componentes artísticos e sinestésicos que a trama (MIJOVIC, 2013).

Mijovic (2013) acrescenta que histórias de sucesso executadas por esse meio foram feitas para fascinar e encantar. Assim sendo, a serialização pode ser empregada para manter o espectador envolvido em trabalhos de mais de dois minutos. Quando eficazes, as sagas resultam a quem assiste uma empatia pelos bens mostrados, ansiedade por um seguinte capítulo e imersão a um mundo imaginário. Outra tipo condutor de narrativa é a didaticidade, onde o sentido de existência das roupas são comunicados através do *making of* ou *behind scenes* do seu próprio processo de criação, mostrando em tela croquis, amostras de tecido, protótipos, costuras, a rotina das mãos de obra do departamento de arte e outros espécimes, para educar os espectadores (CASTELLÓ-MARTÍNEZ, 2015). Dellafancy, a título de exemplo, fez um *vlog* no seu canal do Youtube, contando como foi o processo e como era os bastidores do seu primeiro *fashion film* “RASGA” para seus seguidores.

Portanto, o *fashion film* é a resposta para uma liberdade criativa com difusão e segmentação. É aproveitando da virtude dessa tendência, plasmando a imagem da moda dotando-a de movimento e conteúdo, que o audiovisual híbrido à moda produz cultura ao redor das roupas e quem sabe, até da origem social delas. A abrangência dos mais díspares desejos, aspirações, objetivos, dão vida à uma originalidade exclusiva expoente da estética e do que se pode contar através dela - e com ela. (MARTÍN, 2015). Sendo assim, o *fashion film* é, de fato, uma linguagem mixada com raízes no cinema experimental, que carrega uma atmosfera conceitual e ajuda a construir uma narrativa que tem a moda como base.

4. ASSALTO EM FORMAÇÃO: MÃOS AO ALTO

Concluído o período de maior frisson, com investigação e absorção dos enquadramentos aperfeiçoados na pesquisa bibliográfica e documental (GIL, 2008) deste exercício, um desenho de direção de arte de um produto comunicativo em linguagem audiovisual e de gênero *fashion film* denominado “Mãos ao alto” será realizado, pensando sempre em criar conexões, analogias e coerências com os simbolismos e os agentes estéticos que foram vistos. O método desse recurso será em caráter experimental com a execução da preparação, união e descrição de referências, construção do roteiro e de moodboards e de outros documentos complementares para o entendimento da visão do diretor, até, por fim, refletir em um projeto de arte.

4.1 O Projeto e o roteiro: preparação e referências

O contato contínuo e evolutivo com a situação em estudo nos permite agora realizar a relação de causa e efeito de forma prática deste trabalho. A metodologia utilizada caminhou por uma pesquisa bibliográfica e documental para, assim, aprofundar-se em um projeto de método experimental. A pesquisa bibliográfica foi desenvolvida por meio do levantamento de fontes e investigações em livros e artigos científicos, de modo a facilitar a compreensão e a comprovação da hipótese e de suas informações históricas e conceituais inclusas, como a história do punk e a conceitualização do termo social cultura. Já a pesquisa documental foi relevante para explorar materiais e dados que ainda não receberam tratamento analítico ou que não tiveram contribuições de diversos autores sobre o tema, senão por este trabalho - como os exemplos de vídeos do gênero *fashion film* apresentados. O resultado da junção destas buscas será um projeto comunicacional com enfoque no método experimental, pela forma como submeterá “os objetos de estudo à influência de certas variáveis em condições controladas e conhecidas pelo investigador” (GIL, 2008, p. 51). Estas variáveis serão formatadas de acordo com o protocolo metodológico das primeiras fases do audiovisual (roteiro, preparação e pré-produção), de forma a realizar o desenho de direção de arte e o planejamento artístico de um *fashion film* de narrativa orgânica para resgatar o modelismo de trajes originais punk com ressignificações atuais em caráter experimental. Além disso, esta escolha também se dá para atender as limitações que a pandemia mundial de Covid-19 implica no andamento de um trabalho coletivo como este.

Como já visto, o planejamento, agregado a um bom roteiro, é o que vai guiar toda a produção de um vídeo. Esquematizar as cenas e as necessidades imagéticas e produtivas dele,

pode garantir que ele tenha uma ordem lógica, com início, meio e fim. Por isso, para começar a explorar a natureza estética punk no audiovisual, materializaremos esta ideia em uma história, para que assim, ela seja contada em imagens e conseqüentemente, em roupas e estilizações. De maneira assertiva, à tratar de pessoas, localidades e vivências de “coisas” em componentes como diálogos e descrições localizados dentro de um contexto da estrutura dramática (FIELD, 2001), construiremos um roteiro lírico em forma de argumento e um roteiro técnico de cinco colunas³⁴. Respectivamente, o primeiro esboçará as ideias que irão formar o segundo, sendo assim, o argumento atenderá um enredo claro e simples que corresponderá o tamanho e caráter deste projeto e o roteiro técnico de cinco colunas (cena, descrição de cena, chroma key, lettering e trilha sonora) contribuirá para detalhar as tecnicidades e necessidades visuais e servir como uma plataforma guia para que a autora estruture o desenho de sua produção artística. Por outro lado, o roteiro técnico não abordará observações sobre posicionamento e movimentações de câmera, pois não corresponde ao exercício que esse trabalho se propõe.

De acordo com o “Protocolo de Segurança e Saúde no Trabalho do Audiovisual” publicado e divulgado gratuitamente em junho de 2020 pelas instituições APRO (Associação Brasileira da Produção de Obras Audiovisuais), SIAESP (Sindicato da Indústria Audiovisual do Estado de São Paulo) e SINDCINE (Sindicato dos Trabalhadores na Indústria Cinematográfica e do Audiovisual dos Estados de São Paulo, Rio Grande do Sul, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Goiás, Tocantins e Distrito Federal), o roteiro deve ser adaptado a partir da nova realidade e novos limites impostos pela pandemia de Covid-19. Assim, se evitará o encargo de um grande elenco e equipe, além de situações que envolvam demasiado contato físico. Segundo o protocolo, tudo isto pode ser uma maneira de promover o distanciamento social seguro e a higienização/desinfecção pessoal e material ideal. Essas seguridades também justificam o motivo de aderir ao chroma key e a prioridade da produção dentre um estúdio de filmagem ao invés de locações públicas.

Para mais, Doc Comparato (1984) nos diz que um guião dá seu pontapé inicial sempre fundamentado em um fato, um acontecimento, algo que provoca algo no escritor. Neste caso, o que provoca é a falta de representação de lugares/coisas que puderam ser teto para os primeiros usos das roupas punk, como já explicitado ao longo dos capítulos. Com isso, a proposta do fashion film será mostrar a história sob a perspectiva de uma adolescente tímida,

³⁴ Adaptação realizada pela autora com base no tradicional espelho de 5 colunas (número de cena, texto falado, indicação de fala, lettering e descrição de cena), de modo a detalhar ao máximo o documento e facilitar as etapas da pré-produção.

anti social, a qual nunca viveu grandes emoções e que possui a mãe dona de casa como sua melhor amiga. A história começa em uma cozinha, onde a mãe e a filha preparam um bolo enquanto escutam a rádio - que transmite as negligências do atual presidente do Brasil, Jair Messias Bolsonaro, em formato de música-protesto. A cada momento que as palavras são pronunciadas, a jovem se surpreende cada vez mais com o que ouve. Como se sua vida fosse um filme, dois figurinistas aparecem e a caracterizam como uma adolescente mais forte, poderosa e revolucionária, uma punk. Com isso, a adolescente extravasa sua angústia entre bairros norte-americanos e ingleses até ser abordada pela grande mídia que busca utilizar de sua imagem para benefício próprio.

Se entende que o conceito fundamentado na história é o desapego ao comodismo e o desejo por extravasão e desejo de mudança. Vemos uma alternância de sentidos semânticos dentro disto: primeiro, da passagem de sentimentos de introspecção, calma, passividade e tranquilidade até alcançar o segundo estágio: sensações carregadas de calor, intensidade, violência, movimento e paixão. É muito do que se vê na evolução dos jovens ao explorarem, fomentarem e pautarem discursos políticos por conta própria, de acordo com suas realidades e opiniões. Mas, mesmo com uma demanda séria como essa, a autora acredita que uma abordagem divertida, com clima descontraído e moderno, pode ser uma maneira de atingir o objetivo de mostrar que todo tempo é tempo de se rebelar, discordar e perder a cabeça para descobrir a sua exata medida. Além disso, o destino ideal para o fruto fictício deste planejamento, é que encontre uma audiência jovem adulta, entre 17 e 35 anos, interessada em política, moda e consumo de vídeos em redes sociais, porque a intenção é que possa deter-se de uma divulgação independente focada no digital, como muitos dos *fashion films* atuais são. Foi assim que, prontamente, após a concepção e compreensão de tal argumento, o roteiro técnico do produto foi conotado como a tônica discursiva a seguir.

Quadro 1 - Roteiro de “Mãos ao alto”

PEÇA: MÃOS AO ALTO				
DURAÇÃO: 00:02:00				
DATA: 2021/1				
CENA	DESCRIÇÃO DA CENA	CHROMA KEY	LETTERING	TRILHA SONORA
CENA 01	(PCF) PLANO CONJUNTO	COZINHA	(CG) MINI	FADE IN

(INT - DIA ESTÚDIO)	<p>FECHADO</p> <p>DE PÉ, DE FRENTE PARA UMA BANCADA ALTA, UMA MULHER DE MEIA IDADE E UMA ADOLESCENTE QUEBRAM OVOS EM UMA BACIA GRANDE PARA PREPARAREM UM BOLO.</p> <p>DURANTE O PROCESSO, ESCUTAM RÁDIO NA COZINHA E SORRIEM UMA PARA A OUTRA. ENQUANTO A MULHER SORRI FELIZ E EMPOLGADA, A ADOLESCENTE SORRI AMARELO, COM COMPAIXÃO.</p>	COMPLETA	<p>CORAÇÕES, ESTRELAS, E FLECHAS SOBRE E AO REDOR DO CORPO DOS PERSONAGENS E NOS OBJETOS PRINCIPAIS DA CENA</p> <p>(CG) CLAVES DE SOL, SEMÍNIMAS, COLCHEIAS, DUAS COLCHEIAS CONECTADAS A UM RAIOS E DUAS SEMICOLCHEIAS LIGADA A UMA TRAVE PASSEIAM POR TODO AMBIENTE.</p>	<p>(BG) TRILHA: MÚSICA INSTRUMENTAL CLÁSSICA CALMA</p> <p>(BG) AMBIENTE: BARULHO DE OVOS SENDO QUEBRADOS</p>
CENA 02 (INT - DIA ESTÚDIO)	<p>(PA) PLANO AMERICANO</p> <p>APÓS QUEBRAR OS OVOS A SUA DISPOSIÇÃO, A ADOLESCENTE LIMPA AS MÃOS EM UM PANO DE PRATO E ESCUTA A RÁDIO MAIS ATENTAMENTE.</p> <p>A FACE DA ADOLESCENTE É TOMADA POR UMA CURIOSIDADE E SURPRESA IMENSA.</p> <p>A ADOLESCENTE SE APROXIMA LENTAMENTE DO RÁDIO ATÉ ESTAR COM SEU OUVIDO COLADO NELE.</p>		<p>(CG) SÍMBOLOS MÚSICOS SE TORNAM AGRESSIVOS E TORTOS, ATÉ SE QUEBRAREM E SUMIREM.</p> <p>(CG) ILUSTRAÇÃO CROSSOVER DA CAPA DO ÁLBUM DE "GOD SAVE THE QUEEN" - SEX PISTOL COM O ROSTO DE JAIR MESSIAS BOLSONARO NO CANTO INFERIOR ESQUERDO DO QUADRO.</p>	<p>FADE IN</p> <p>(V.O.) AMBIENTE/SOM EMITIDO PELO RÁDIO: "BRINCADEIRA TEM HORA" - LUCAS AFONSO</p> <p>FADE OUT</p>
CENA 03 (INT - DIA	(PCA) PLANO DE CONJUNTO ABERTO		(CG) INTERTÍTULO NARRATIVO:	FADE IN

ESTÚDIO)	<p>COMO SE A VIDA DA ADOLESCENTE SE TORNASSE UM FILME, DOIS FIGURINISTAS APARECEM APRESSADOS NA COZINHA E ACENAM COM A CABEÇA PARA A ADOLESCENTE - ELA RETRIBUI.</p> <p>OS DOIS FIGURINISTAS COLOCAM UM PROVADOR DE ROUPAS MÓVEL NO CHÃO E SOBEM EM TORNO DO CORPO DA ADOLESCENTE NA COZINHA.</p> <p>OS DOIS FIGURINISTAS ABAIXAM O PROVADOR DE ROUPAS MÓVEL NOVAMENTE E A ROUPA DA ADOLESCENTE ESTÁ TROCADA.</p>		<p>“PURO ASSALTO” POR TODO QUADRO</p> <p>(CG) MÃO GIGANTE QUE “ESMAGA” O CORPO DA ADOLESCENTE</p> <p>(CG) MOICANO PUNK DESENHADO SOBRE A CABEÇA DA ADOLESCENTE</p> <p>(CG) ILUSTRAÇÃO DE CIGARRO ACESO SOBRE A BOCA DA ADOLESCENTE</p>	(BG) TRILHA: “PERSONALITY CRISIS - NEW YORK DOLLS”
CENA 04 (INT - DIA ESTÚDIO)	<p>(PCA) PLANO DE CONJUNTO ABERTO</p> <p>APÓS A TROCA, NA COZINHA, A ADOLESCENTE INSPECIONA SUAS NOVAS VESTIMENTAS E DÁ UM SORRISO MALICIOSO.</p> <p>COMO “AGRADECIMENTO”, A ADOLESCENTE “DÁ O DEDO DO MEIO” E FAZ “SINAL DE BANANA PRA VOCÊ” PARA OS DOIS FIGURINISTAS QUE SAEM AFOBADOS DA COZINHA TROPEÇANDO UNS NOS OUTROS.</p> <p>A MULHER DE MEIA IDADE, AINDA ATRÁS DA BANCADA,</p>		<p>(CG) SÍMBOLO ANARQUISTA POR TODO QUADRO</p> <p>(CG) DESENHOS DE BESTIAIS POR TODO QUADRO</p> <p>(CG) CHAMAS SOBRE O CORPO DA ADOLESCENTE</p> <p>(CG) INTERTÍTULO</p>	

	<p>OLHA APAVORADA PARA A ADOLESCENTE.</p> <p>A ADOLESCENTE SE APROXIMA E BEIJA A MÃO DA MULHER DE MEIA IDADE.</p>		<p>NARRATIVO: “CONTRA TODA AUTORIDADE... EXCETO A MINHA MÃE”, NO CANTO INFERIOR ESQUERDO</p>	
<p>CENA 05 (INT - DIA - ESTÚDIO)</p>	<p>(PA) PLANO ABERTO</p> <p>A ADOLESCENTE CORRE PELO ESTÚDIO ATÉ ENCONTRAR UMA OUTRA MONTAGEM (AINDA NÃO MOSTRADA EM CENA), AMBIENTADA COMO UMA RUA DESERTA.</p> <p>NA RUA, OLHA PARA OS DOIS LADOS E ENCONTRA UM CARRO CENOGRÁFICO.</p>	<p>RUAS DESERTAS COM PRÉDIOS DESTRUÍDOS</p>	<p>(CG) ILUSTRAÇÃO DE CLAQUETE DE CINEMA POR TODO QUADRO</p> <p>(CG) ÍCONE DE REC NO CANTO SUPERIOR DIREITO</p>	
<p>CENA 06 (INT - DIA - ESTÚDIO)</p>	<p>(PM) PLANO MÉDIO</p> <p>A ADOLESCENTE ENTRA NO CARRO E COMEÇA A “DIRIGIR” MUITO MAL E EM ALTA VELOCIDADE.</p> <p>ENQUANTO DIRIGE, A ADOLESCENTE RI DEBOCHADAMENTE, DISPARA CUSPES, XINGAMENTOS E GESTOS HOSTIS PELA JANELA DO CARRO.</p>		<p>(CG) MINI CAVEIRAS E ESPADAS AO REDOR DO CARRO</p>	
<p>CENA 07 (INT - DIA - ESTÚDIO)</p>	<p>(MPP) MEIO PRIMEIRO PLANO</p> <p>A ADOLESCENTE ESTACIONA AOS SOLAVANCOS EM FRENTE AO BAR C.B.G.B</p>	<p>FACHADA DO BAR C.B.G.B</p>	<p>(CG) DESENHO DE RATOS E BARATAS SOBRE O CHÃO</p>	<p>FADE IN</p> <p>(BG) TRILHA: “NEW ROSE - THE DAMNED”</p>
<p>CENA 08 (INT - DIA - ESTÚDIO)</p>	<p>(PM) PLANO MÉDIO</p> <p>ADOLESCENTE ENTRA NO</p>	<p>INTERIOR DO BAR C.B.G.B</p>	<p>(CG) FINOS TRAÇOS DE RABISCO DANDO DESTAQUE</p>	

	<p>C.B.G.B DANDO SOCOS NO AR E DANÇANDO.</p> <p>A ADOLESCENTE SOBE NO PALCO E SALTA DE COSTAS (COMO MÚSICOS NOS BRAÇOS DE UMA GRANDE PLATÉIA).</p> <p>A ADOLESCENTE CAI (COM SUAS ROUPAS E CARACTERIZAÇÕES TROCADAS) NOS BRAÇOS DOS DOIS FIGURINISTAS QUE APARECEM APRESSADOS NOVAMENTE.</p> <p>A ADOLESCENTE BATE O PÉ PARA QUE OS DOIS FIGURINISTAS SAIAM DE CENA. OS DOIS FIGURINISTAS SAEM APRESSADOS.</p>		<p>PARA AS SUPERFÍCIES PRESENTES EM TODO QUADRO</p>	
<p>CENA 09 (INT - DIA/NOITE - ESTÚDIO)</p>	<p>(MPP) MEIO PRIMEIRO PLANO</p> <p>A ADOLESCENTE CHUTA A PORTA DO BANHEIRO DO C.B.G.B E SAI EM UMA CABINE TELEFÔNICA INGLESA.</p>	<p>CORREDOR DO C.B.G.B QUE DÁ PARA O BANHEIRO (DIA)</p> <p>RUA KING'S ROAD EM LONDRES (NOITE)</p>		<p>(BG) AMBIENTE: PASSOS ACCELERADOS</p> <p>(BG) AMBIENTE: SOM DE CHUTE EM SUPERFÍCIE DE METÁLICA</p> <p>(BG) AMBIENTE: PORTA SE ABRINDO EM SOLAVANCO</p>
<p>CENA 10 (INT - NOITE - ESTÚDIO)</p>	<p>(PGA) PLANO GERAL ABERTO</p> <p>A ADOLESCENTE SAI DA CABINE E CORRE PELA RUA KING 'S ROAD.</p> <p>QUANDO A ADOLESCENTE CHEGA NA LOJA SEX, GOLPEIA O VIDRO DE SUA JANELA LATERAL ATÉ CONSEGUIR ESPAÇO PARA ENTRAR POR ELA.</p>	<p>RUA KING'S ROAD, EM LONDRES</p>	<p>(CG) CAIXÃO DESENHADO SOBRE O CORPO DA ADOLESCENTE</p>	<p>(CB) AMBIENTE: RANGIDO DOS PASSOS</p>

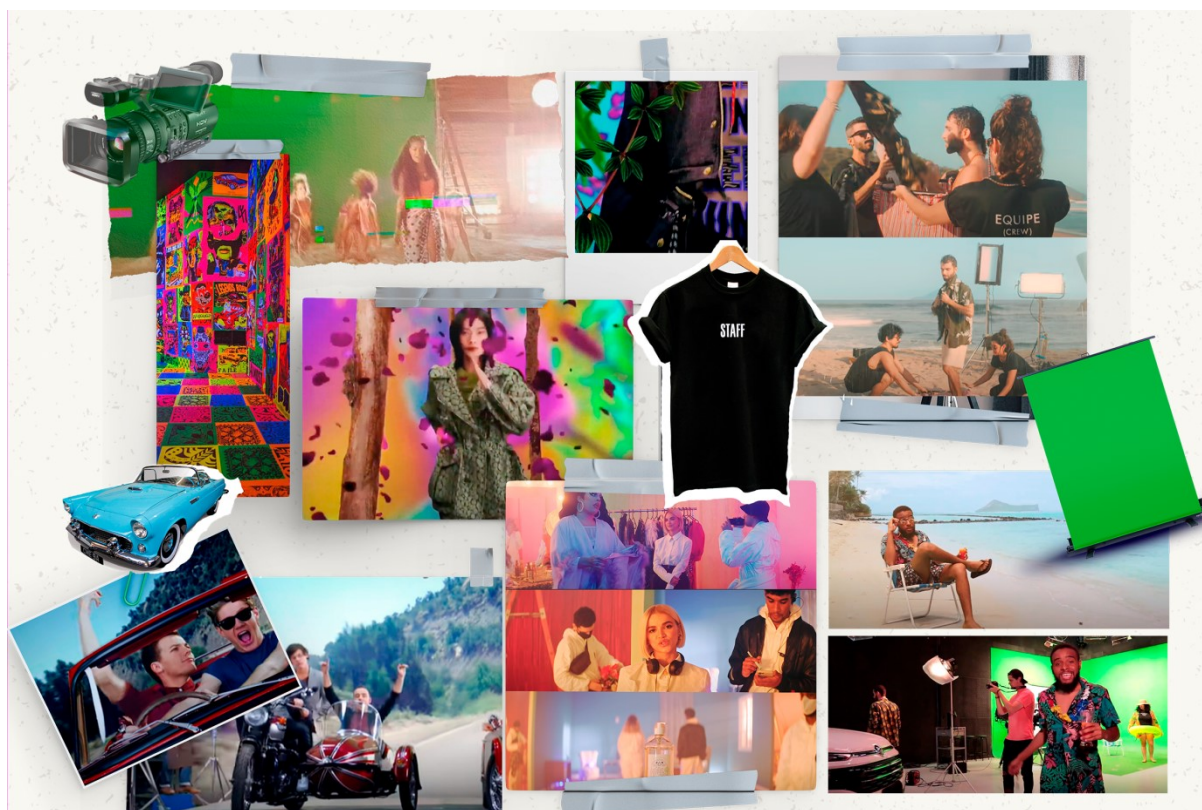
		FACHADA DA LOJA SEX		
CENA 11 (INT - NOITE - ESTÚDIO)	(PA) PLANO AMERICANO A ADOLESCENTE ENTRA PELA JANELA DA LOJA SEX EUFÓRICA. A ADOLESCENTE PERAMBULA PELOS CORREDORES DA LOJA SALTITANDO, TOCANDO E PROVANDO ACESSÓRIOS.	INTERIOR DA LOJA SEX VAZIA	(CG) INTERTÍTULO NARRATIVO: “CRASH” CENTRALIZADO NO MEIO DO QUADRO	
CENA 12 (INT - NOITE - ESTÚDIO)	(PM) PLANO MÉDIO NA SEX, FLASHES DE CÂMERAS FOTOGRAFICAS COMEÇAM A SURGIR PROGRESSIVAMENTE DENTRO DA LOJA. A ADOLESCENTE TENTA SE ESQUIVAR COM AS MÃO NA FRENTE DO ROSTO.		(CG) ILUSTRAÇÃO DE PEQUENOS OLHOS DE DIVERSOS TAMANHOS ESPALHADOS POR TODO QUADRO	(BG) AMBIENTE: BURBURINHO (BG) AMBIENTE: SIRENE POLICIAL (BG) AMBIENTE: PASSOS EXPONENCIALMEN TE CHEGANDO MUITO APRESSADOS (BG) AMBIENTE: SONS DE FLASHES DE CÂMERAS FOTOGRAFICAS
CENA 13 (INT - NOITE - ESTÚDIO)	(PM) PLANO MÉDIO DENTRO DA SEX, A ADOLESCENTE SE EMBURRECE, CAMINHA EM DIREÇÃO À CÂMERA PRINCIPAL, A EMPURRA E A CHUTA - FAZENDO COM QUE ELA CAIA E SE QUEBRE.		(CG) PEQUENOS RAIOS POR TODO QUADRO	(BG) AMBIENTE: VOZES INDICANDO POSES PARA A ADOLESCENTE

	FIM.			FIM DA TRILHA.
--	------	--	--	----------------

Fonte: Autora.

Tal roteiro técnico foi edificado de acordo com referências de videoclipes, materiais documentais e institucionais, que serviram de inspiração para imaginar as cenas como seriam gravadas realmente. Dessa maneira, um moodboard (em tradução literal: prancha de temperamento) de declaração da visão do diretor foi elaborado para servir como suporte e ferramenta de apoio. Esse quadro reuniu, principalmente, amostras e trechos que trabalhavam a transição entre a ficção e a não ficção, com o uso de *behind the scenes* de um modo diferente. Este formato utiliza-se do aparecimento dos bastidores, do *staff* e do *chroma key*, mas ainda com contracenação por parte de todas as figuras em cena. Esse espectro de método teatral ou até de *making of*, tem um ótimo aproveitamento de espaço e da interpretação ativa do ator/modelo - e parece à autora, uma opção plausível para dar melhor percurso entre as distantes localidades do roteiro. Os planos apontados, segundo a distância entre a câmera e o objeto filmado, partiram do princípio de enquadrar o cenário, contextualizando o local ficcional e real onde ocorrem as cenas e facilitando a visão do que condiz com a beleza da narrativa.

Figura 24 - Moodboard de método de criação do roteiro técnico



Fonte: Autora.

Um dos fragmentos inseridos na prancha sobre esse tema foi de um vídeo divulgativo do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pampa, campus São Borja.³⁵ O filme inicia com a utilização do chroma key de maneira ilusória, com o mais realístico cenário litorâneo de *background*, entretanto, o seu prosseguimento se dá com a demonstração de que aquilo, na verdade, é um equipamento de fundo verde, e que assim como ele, há muitos outros elementos por trás do quadro, como a equipe, personagens, um carro, tripés, câmeras, luzes etc. O ator atua imerso no primeiro cenário, como se realmente pertencesse a ele, e depois passa ao próximo, sem nenhuma interrogação. Outro exemplo utilizado como modelo foi as transições que o videoclipe intitulado “The Only Exception”³⁶ do grupo Paramore têm. As passagens da protagonista entre uma locação e outra é toda feita através de portas comuns. Por sua vez, Manu Gavassi, em seu videoclipe “Deve ser horrível dormir sem mim”³⁷, caminha por todo o set de gravações, atua como uma diretora disposta a dar dicas de como fazer um o vídeo de música de pop perfeito e pontua atividades à equipe,

³⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=mJmcEYiQqac>. Acesso em: 23/01/21

³⁶ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=-J7J_IWUhl8. Acesso em: 23/01/21

³⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=TiW3LUTZR5E>. Acesso em: 23/01/21

discute escolhas artísticas com um assistente, fica de frente para araras de figurinos e bate papo no camarim com Gloria Groove, assim como Silva em “Um Pôr do Sol na Praia”³⁸ que é ajudado a trocar de roupa por uma equipe de figurinistas em pleno a uma praia ensolarada deserta. É esta naturalidade em uma ficção escancarada que o roteiro realizado deseja demonstrar em tela.

Figura 25 e 26 - Frames do vídeo “Publicidade e Propaganda na Unipampa”



Fonte: Canal “TurmaPP13” no Youtube.

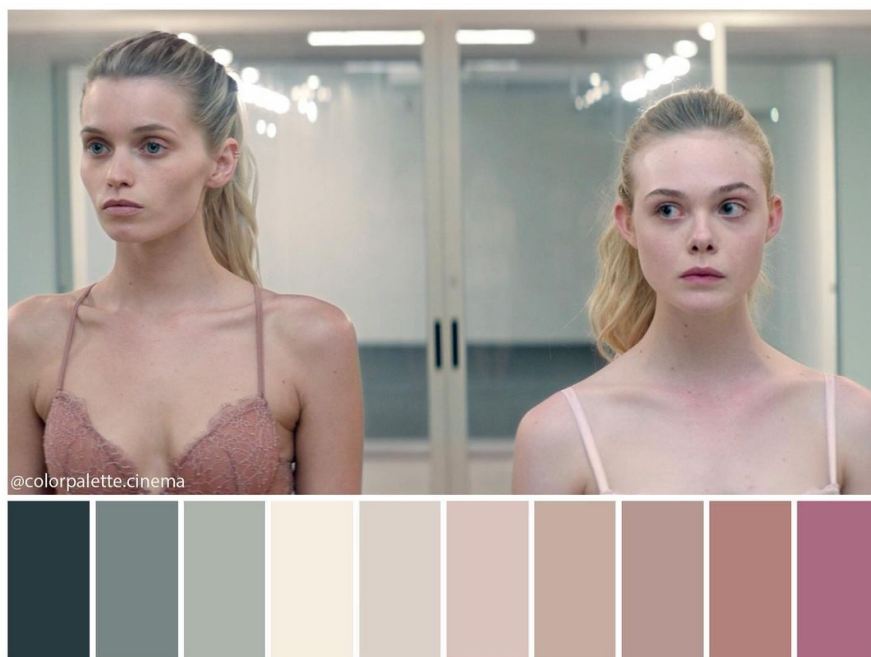
Um outro aspecto a ser levado em conta sobre a visão do diretor frente ao roteiro é que é indispensável na peça fílmica a criação de uma ambiência emotiva (CARPINTEIRA, 2011). Com isso, a dimensão sonora foi acrescentada no roteiro em forma de trilhas e *foleys* para demarcar as passagens de sentimentos entre um fase e outra. Principalmente as músicas “Brincadeira tem hora” de Lucas Afonso, cantada de forma falada averiguando as tramóias e irresponsabilidades das estruturas políticas do Brasil, até “Personality Crisis” de New York Dolls” e “New Rose - The Damned” com vibes fortes e dançantes, ajudaram a codificar

³⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=dc0Z02wqHPc>. Acesso em: 23/01/21

melhor a confusão de personalidade e de transição de uma grande frustração à uma novidade pela protagonista.

Esses sentidos semânticos duplos das ações em cena (excesso de tranquilidade vs. retenção de flamas) também foram esboçados em outra prancha e, nela, sensações e abstrações que ajudaram a aumentar as hipóteses de evocar emoções no espectador (junto com as canções) foram desenhadas. De cima para baixo, se vê a predominância de cores mais frias e claras (como azul, rosa, branco e verde musgo) similar ao filme “The Neon Demon” (2016) e com o posicionamento de objetos delicados, rústicos e rebuscados - como pijamas de alta costura e jóias para que pudesse ajudar na composição do primeiro cenário e caracterização do primeiro estágio.

Figura 27 - Frame e paleta de cores do filme “The Neon Demon” (2016)

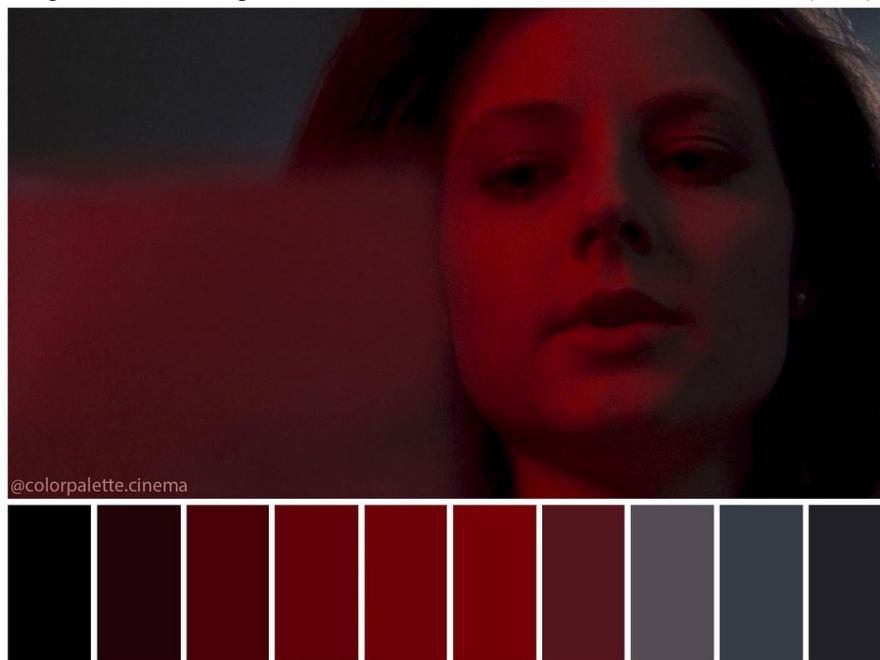


Fonte: Página @colorpalette.cinema no Instagram

Já as de segundo quesito, tiveram suas harmonias e momentos decisivos considerados por cores quentes (como vermelho, roxo, cinza e preto) como no filme “The Silence of the Lambs” (1991) e letterings de tipografias fortes baseadas no trabalho dos designers e tipógrafos Neville Brody e Jamie Reid - que sempre pensam em desajustes claros e em recortes, contrastes e desconstrução. Tanto o lettering quanto as cores foram inseridos no moodboard como mecanismo que dá corpo físico à linguagem, de modo a transformar informações simbólicas em textos, seja com caracteres ou composição cromática. As cores

foram escolhidas especialmente para contribuir com o *color grading*³⁹ e o acréscimo de efeitos de imagem no processo final de execução deste futuro produto, na montagem - mas também podendo ser absorvidas na composição cromática de outros elementos.

Figura28 - Frame e paleta de cores do filme "The Silence of the Lambs" (1991)



Fonte: Página @colorpalette.cinema no Instagram

No que concerne ao lettering, foi percebido que esse recurso assimila conteúdo e detém uma expressividade extremamente autônoma, capaz de complexificar a narração sem vozes com brincadeiras visuais e facilitação da imersão no audiovisual. Um exemplo claro disso é a produção realizada para a música "Aunque Es De Noche"⁴⁰, da cantora Rosália, que possui o lettering como potencializador de emoções. No vídeo, as gravuras acompanham a artista de acordo com a sua comoção e demonstração de abalo e, dessa forma, com o tempo, o recurso diegético na narrativa se torna presente gradativamente e com trocas de simbologias cada vez mais rápidas. Definitivamente, esta é a dimensão de aparência que se buscou.

³⁹ Processo de melhorar a aparência de uma imagem para apresentação em diferentes ambientes.

⁴⁰ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=6s-MQzPZ6IE>. Acesso em: 23/01/21

Figura 29 e 30 - Frames do clipe “Aunque Es De Noche” (2017)



Fonte: Canal “ROSALÍA” do Youtube.

resultados obtidos na construção dos quadros e dos conceitos. Assim, foram definidas as condições opcionais, desejáveis e obrigatórios para o projeto utilizando como parâmetro: elenco, locações, figurinos, objetos, cor, letretting e chroma key para que esta documentação ficasse com uma manuseio mais prático na hora de partir para outras definições

Quadro 2 - Lista de Requisitos

LISTA DE REQUISITOS			
	OPCIONAIS	DESEJÁVEIS	OBRIGATÓRIOS
ELENCO		ELENCO DE ATORES/MODELOS PROFISSIONAIS OU EM FORMAÇÃO.	PELOS MENOS DOIS ATORES NEGROS, PARDOS OU INDÍGENAS.
LOCAÇÕES			SALÃO MODULAR. AGRUPAR AMBIENTES EM UMA MESMA LOCAÇÃO.
FIGURINO E CARACTERIZAÇÃO			RIGOR ESTÉTICO ÀS REFERÊNCIAS. TRAJES EM CENA DEVEM REFLETIR EM PERÍODOS DO PERCURSO DO PUNK.
OBJETOS		OBJETOS REAIS E FACTÍVEIS EM CENA PARA AS PERSONAGENS INTERAGIREM AO LONGO DA AÇÃO.	
COR		EVITAR A PREDOMINÂNCIA DA COR VERDE.	
CHROMA KEY		CHROMA KEY DE FUNDO VERDE (OUTRAS CORES, COMO AZUL OU VERMELHO, PODEM INTERFERIR GRAVEMENTE NA PELE OU VESTUÁRIO DAS FIGURAS EM CENA).	UTILIZAR TRECHOS DE PRODUÇÕES JORNALÍSTICAS, DOCUMENTAIS OU FÍLMICAS.

LETTERING		PREDOMINÂNCIA DE CORES NEUTRAS COMO BRANCO, PRETO E CINZA.	
-----------	--	--	--

Fonte: Autora.

Definitivamente, os designers de produção trabalham desenhando, mas sem a absorção do roteiro e entendimento do ponto de vista do diretor em relação ao estilo visual do filme, isto não pode ser feito. Com a criação de outros suportes organizacionais para a produção, o gerenciamento do projeto pode ser mais fluido e elaborado com cautela. Dessa maneira, a partir daqui, se segue uma compilação e levantamento de dados para a composição da etapa de pré-produção.

4.2 A pré-produção: documentos complementares

O processo de pré-produção é uma fase perfeita para descobertas e invenções. É aqui que se inicia um sistemático planejamento de etapas e desenvolvimento de aparatos complementares para a criação do design de um filme. E, para começar a definir e encontrar significação plástica e espaços expressivos reais para abrigar cada ação e personagem, normalmente se realiza uma decupagem (do francês *découpage*) do roteiro que, basicamente, significa o ato de recortar, dividir ou destacar as partes mais importantes do texto, de acordo com o propósito dele. Nesse momento, o designer de produção tem o papel de encontrar o máximo de potencial visual e expressão no trabalho até então efetuado. (LOBRUTTO, 2002). Para isto, o profissional rasura, anota ou destaca (com canetas marca texto de diferentes matizes) o roteiro, filtrando todas as competências que serão destinadas ao departamento que se encarrega, como o número de atores ou modelos, figurinos, quantidade de figuração e de que tipo, se vão ser precisos veículos e até quais cenas demandam de locações reais ou cenográficas etc. O documento, além de elevar a comunicação entre o designer e sua equipe, auxilia no entendimento do dimensionamento e complexidade do produto, contribuindo fortemente para a supervisão e construção do desenho de direção de arte. Neste caso, decuparemos o roteiro pensando em tudo aquilo que se refere ao espaço cênico (como locações, chroma key, cenografia e objetos) e figuras em cena (como o casting, figurinos e caracterizações), demarcando com marcadores cor de rosa para a primeira opção e amarelo para a segunda, conforme exibido previamente abaixo e apresentado na íntegra no apêndice II.

acrescentadas com a análise técnica no mapeamento das providências, para que em tela, a atuação e os movimentos da obra não fiquem crus ou inadequados - se este não for o objetivo.

Quadro 3 - Análise técnica das providências de produção

PROVIDÊNCIAS DE PRODUÇÃO				
CENA	PROVIDÊNCIA	QUANTIDADE	OBSERVAÇÃO	EQUIPE
TODAS AS CENAS	ALUGUEL DE ESTÚDIO	1	AMBIENTE EXTREMAMENTE ESPAÇOSO.	CENOGRAFIA
1 E 2	RÁDIO ANTIGO	1	CAIXA DE SOM EM FORMATO DE RÁDIO RETRO.	CENOGRAFIA
1 E 3	MESA BANCADA	1	BANCADA GOURMET MÓVEL, ALTA, SEM CADEIRAS, EM MADEIRA.	CENOGRAFIA
1	OVOS	30	CAIXA DE OVOS BRANCOS.	CENOGRAFIA
1	BACIA GRANDE	1	TIGELA DE VIDRO INCOLOR REDONDA.	CENOGRAFIA
1	PCTE. DE FARINHA DE TRIGO	1	PARA DESPEJAR O CONTEÚDO NA BANCADA E DENTRO DA BACIA	CENOGRAFIA
1	FOUET	1	FOUET DE SILICONE AZUL TIFFANY	CENOGRAFIA
1	VASOS DE CERÂMICA	5	EM ROSE.	CENOGRAFIA
1	ROLO ABRIDOR DE MASSA	1	EM MADEIRA.	CENOGRAFIA

1	FORMA DE BOLO	1	EM FORMATO DE CORAÇÃO.	CENOGRAFIA
1 A 3	TRAJE EM CENA 1 - ADOLESCENTE 1	1		FIGURINO E CARACTERIZAÇÃO
1	TRAJE EM CENA 1 - MULHER DE MEIA IDADE	1		FIGURINO E CARACTERIZAÇÃO
2	PANO DE PRATO	1		CENOGRAFIA
2	TRAJE EM CENA 1 - FIGURINISTAS	2		FIGURINO E CARACTERIZAÇÃO
2	PROVADOR DE ROUPAS MÓVEL	1	COM TECIDO EM PRETO.	CENOGRAFIA
3 A 8	TRAJE EM CENA 2 - ADOLESCENTE 2	1		FIGURINO E CARACTERIZAÇÃO
5 A 7	SEGUNDA MONTAGEM	1		CENOGRAFIA
5 A 7	CARRO CENOGRÁFICO	1	CARRO ANTIGO CONVERSÍVEL NA COR PRETA.	CENOGRAFIA
5 A 7	ENCOSTO MASSAGEADOR PARA BANCO DE CARRO	1	EM FORMATO DE BOLINHAS DE MADEIRA.	CENOGRAFIA
5 A 7	AVISOS DE MULTA	4	EM TAMANHO A7. COM EFEITOS DESBOTADOS. PARA INSERIR NO PARA-BRISA NO CARRO.	CENOGRAFIA
5 A 7	FANZINE	2	PARA INSERIR NO PARA-BRISA NO CARRO	CENOGRAFIA

5 A 7	FUNKO DE VIVIANNE WESTWOOD	1	ALOCAÇÃO NO PAINEL DO CARRO	CENOGRAFIA
5 A 7	COLAR COM PINGENTE DE CRUZ AO CONTRÁRIO	1	OBSTINADO AO RETROVISOR DO CARRO.	CENOGRAFIA
5 A 7	CARTELA DE ADESIVOS SORTIDOS	1	DESENHOS AGRESSIVOS, SIMILARES A PICHAGÕES, LAMBE-LAMBES, DIVULGAÇÃO DE BANDAS DE ROCK.	CENOGRAFIA
5 A 6	TOTEM FOTOGRÁFICO DE PESSOAS EM TAMANHO REAL	6	IMPRESSÃO EM PRETO E BRANCO.	CENOGRAFIA, FIGURINO E CARACTERIZAÇÃO
8	PORTA CENOGRÁFICA	1	COM BATENTE. NA COR PRETA	CENOGRAFIA
8	PALCO	1	PALCO PEQUENO.	CENOGRAFIA
8	TRELIÇAS PARA O PALCO	1	EM DIMENSÕES PEQUENAS.	CENOGRAFIA
8	BANNER PARA AS TRELIÇAS	1		CENOGRAFIA
8	ALUGUEL DE BATERIA COMPLETA	1	NA COR PRETA.	CENOGRAFIA
8	ALUGUEL DE GUITARRA ELÉTRICA	1		CENOGRAFIA
8	MIC OMNIDIRECIONAL PARA SHOWS	1	METALIZADO. ESTILO RETRÔ DINÂMICO.	CENOGRAFIA
8	TRIPÉ PARA MIC OMNIDIRECIONAL	1		CENOGRAFIA
8 A 13	TRAJE EM CENA 3 - ADOLESCENTE	1		FIGURINO E

				CARACTERIZAÇÃ O
9	ADESIVO PARA PORTA CENOGRÁFICA	1	DESENHO DE CABINE INGLESA.	CENOGRAFIA
9	VIDRO CENOGRÁFICO	1		CENOGRAFIA
9 A 13	TUBO DE SANGUE CENOGRÁFICO	1	POSSUIR FÓRMULA HIPOALERGÊN ICA, COM REMOÇÃO NA PELE E EM ROUPAS.	CENOGRAFIA
9 A 13	ARARA DE ROUPAS	3		CENOGRAFIA E FIGURINO

Fonte: Autora.

Após tornarmos o que ainda era literário em verdadeiros e tangíveis produtos, vemos ainda mais como o trabalho coletivo é necessário. São muitas peças a serem juntadas para que as providências estejam presentes nos dias de gravações com cuidado e responsabilidade. Por esse motivo que, se existisse, hipoteticamente, uma contratação efetiva desta peça, seria, sem dúvida, indispensável a facilitação de um grande suporte humano; não tendo o processo todo pensado por uma única pessoa decisora como se passa neste exercício. Uma equipe executora ideal deste planejamento seria concentrada em profissionais com competências relativas ao departamento artístico ou congruentes a este setor. Em tese, a equipe de cenografia ficaria responsável pela pesquisa e análise técnica do roteiro em relação ao espaço cênico; acompanharia a busca de locações e realizaria estudos de cor e de ambientação dos cenários; além de fazer a construção, a pintura e o tratamento dos ambientes. A equipe de figurino montaria o repertório de vestimenta e adereços de cada personagem através de ilustrações, desenhos, propostas de modelagem, tecidos e acessórios. E a equipe de caracterização executaria tudo o que condiz a maquiagem em pele e tratamento em cabelo. Outrossim, também se necessitaria de um roteirista, diretor, diretor de produção, diretor de fotografia e um montador, mesmo não estando presentes no organograma do departamento de arte. As funções e conhecimentos técnicos destes últimos colaboradores são essenciais para o

planejamento deste tipo de projeto - seria arduamente difícil caminhar independentemente sem a percepção deles.

Rodrigues (2007), pontua que para produzir um filme é preciso, além de saber executar, orçar e planejar. Ao levar em consideração esta perspectiva, se pode executar, baseado nas informações e propostas acima, um orçamento estimativo do desenho de direção de arte. Esse documento poderia ser entregue ao departamento de produção, o qual tem como uma de suas responsabilidades o controle de gastos. Contudo, em dimensões menores, em que há profissionais assumindo funções distintas por cargo, pode ser de grande conveniência o próprio designer de produção realizar a organização financeira de seu departamento.

Durante essa etapa fazem-se as pesquisas de valores médios a serem pagos a atores, fornecedores e funcionários. Logo, foram incluídos em uma tabela valores mínimos no que condiz a equipe, elenco e materiais de produção previstos. Salários base de prestação de serviços para conteúdo audiovisual para a internet foram acrescentados de acordo o portal Job for Model e com o documento criado pelo órgão SINDCINE, que dispõe valores referidos a 8 (oito) horas de trabalho diárias, sendo uma de almoço, e/ou 44 horas semanais. E, no que condiz a quantias para produtos e locações levantados na análise técnica, serão apontados preços encontrados em *e-commerces* confiáveis e em buscadores de aluguel de espaço para eventos, como o site Spotz - pois, o Protocolo de Segurança e Saúde no Trabalho do Audiovisual ressalta a importância de contratação de fornecedores que ofereçam atendimento online, para evitar ao máximo a circulação e saída de profissionais fora do ciclo de trabalho. Soma-se ainda a isso que foram pensadas três semanas de trabalho e planejamento para a equipe interna e três dias para o elenco e aluguéis de itens.

No orçamento, não foram levados em conta demais benefícios de pacote contratual (como vale-refeição e seguro médico), custos de transporte, equipamentos, dispositivos e materiais de trabalho em geral que tais atividades requisitariam, como salas de montagem, linhas de costura, secadores de cabelo, câmeras e outros - além de possíveis empréstimos ou valores de figurinos e caracterizações; por se tratar de uma aproximação orçamentária sem a) contribuição criteriosa de especialistas do ramo de Recursos Humanos, b) poder de julgamento e capacidade de estimar o que cada colaborador necessita, de qual marca ou funcionalidade e c) porque a última etapa de projeção de arte ainda será realizada em sequência. Em face disso, o orçamento estimado deste trabalho fica de tal maneira:

Quadro 4 - Orçamento estimativo

ORÇAMENTO				
VALOR ESTIMADO: R\$ 53. 641,02				
1. EQUIPE		UNIDADE	QUANTIDADE	VALOR (R\$)
1.1	AUTOR/ROTEIRISTA	POR ROTEIRO	1	R\$ 10.465,61
1.2	DIRETOR	POR FILME	1	R\$ 2.239,10
1.3	DIRETOR DE PRODUÇÃO	POR SEMANA	3	R\$ 2.686,89
1.4	DIRETOR DE FOTOGRAFIA	POR SEMANA	3	R\$ 2.686,89
1.5	MONTADOR RESPONSÁVEL	POR SEMANA	3	R\$ 1.880,79
1.6	DIRETOR DE ARTE	POR SEMANA	3	R\$ 2.686,89
1.7	PRODUTOR DE ARTE	POR SEMANA	3	R\$ 1.343,40
1.8	ASSISTENTE DE ARTE	POR SEMANA	3	R\$ 671,67
1.9	CENÓGRAFO	POR SEMANA	3	R\$ 2.015,16
1.10	ASSISTENTE DE CENOGRAFIA	POR SEMANA	3	R\$ 1.007,67
1.11	ADERECISTA	POR SEMANA	3	R\$ 671,67
1.12	PRODUTOR DE OBJETO	POR SEMANA	3	R\$ 1.343,40
1.13	ASSISTENTE DE OBJETO	POR SEMANA	3	R\$ 671,67
1.14	FIGURINISTA	POR SEMANA	3	R\$ 1.343,40
1.15	ASSISTENTE DE FIGURINO	POR SEMANA	3	R\$ 1.007,67
1.16	PESSOA COSTUREIRA	DIÁRIA	3	R\$ 537,42
1.17	MAQUIADOR	DIÁRIA	3	R\$ 671,67
1.18	ASSISTENTE DE MAQUIADOR	DIÁRIA	3	R\$ 335,88
1.19	CABELEIREIRO	DIÁRIA	3	R\$ 671,67
1.20	ASSISTENTE DE CABELEIREIRO	DIÁRIA	3	R\$ 335,88
2. ELENCO		UNIDADE	QUANTIDADE	VALOR (R\$)

2.1	ADOLESCENTE	DIÁRIA	3	R\$ 1.800,00
2.2	MULHER DE MEIA IDADE	DIÁRIA	3	R\$ 1.800,00
2.3	FIGURINISTA 1	DIÁRIA	3	R\$ 1.800,00
2.4	FIGURINISTA 2	DIÁRIA	3	R\$ 1.800,00
3. MATERIAIS DE PRODUÇÃO		UNIDADE	QUANTIDADE	VALOR (R\$)
3.1	ALUGUEL DE ESPAÇO ROOFTOP, ESTÚDIO E SALA MODULAR	POR HORA	72	R\$ 9 000,00 (GALERIA 2.8)
3.2	RÁDIO ANTIGO	1	1	R\$ 150,10 (AMAZON)
3.4	MESA BANCADA DE MADEIRA	1	1	R\$ 272,99 (MOBLY)
3.5	OVOS	30	1	R\$12,49 (EXTRA)
3.6	BACIA GRANDE	1	1	R\$ 39,99 (ETNA)
3.7	PCTE. DE FARINHA DE TRIGO	1KG	1	R\$ 3,20 (EXTRA)
3.8	VASOS DE CERÂMICA SORTIDOS	5	1	R\$ +- 100,00 (HANNA ENGLUND)
3.9	FOUET	1	1	R\$ 19, 90 (PREÇOLANDIA)
3.10	ROLO ABRIDOR DE MASSA	1	1	R\$ 9,99 (EXTRA)
3.11	FORMA DE BOLO	1	1	R\$ 19, 00 (MAGAZINE LUIZA)
3.12	PANO DE PRATO CÊ ÔVI ROCK? OVO!	1	1	R\$ 14,90 (PUMP UP)
3.13	PROVADOR DE ROUPAS MÓVEL	1	1	R\$ 194,04 (CASAS BAHIA)
3.14	ALUGUEL CARRO CENOGRÁFICO	DIÁRIA	3	R\$ +- 3.000,00 (CARRO DE CENA)
3.15	ENCOSTO MASSAGEADOR PARA BANCO DE CARRO	1	1	R\$ 39,99 (MERCADO LIVRE)
3.16	CARTELA DE ADESIVOS SORTIDOS STICKER	1	49	R\$ 49, 90 (MERCADO LIVRE)
3.17	IMPRESSÃO AVISOS DE MULTA EM A7 , IMPRESSÃO 4X0, PAPEL OFFSET 90G	4	1	R\$ 0,60 (PRINTI)
3.18	IMPRESSÃO FANZINE EM A6,	2	1	R\$ 4,72 (PRINTI)

	IMPRESSÃO 4X4, PAPEL OFFSET 90G, SIMPLES (1 DOBRA)			
3.19	IMPRESSÃO DE TOTEM FOTOGRÁFICO DE PESSOAS EM TAMANHO REAL	6	1	R\$ 134,94 (360 IMPRIMIR)
3.20	PORTA CENOGRÁFICA	1	1	R\$ 89,99 (ETNA)
3.21	ADESIVO PARA PORTA CENOGRÁFICA	1	1	R\$ 80,10 (GRUDADO)
3.22	ALUGUEL PALCO	1	3	R\$ 4.000 (EVEREST. VALOR INCLUI A ESTRUTURA COMPLETA)
3.23	ALUGUEL TRELIÇAS	1	3	
3.24	IMPRESSÃO BANNER PARA TRELIÇAS	1	1	R\$ 567,00 (IMPRIMA AQUI)
3.29	ALUGUEL DE BATERIA ELÉTRICA	DIÁRIA	3	R\$ 750,00 (KRUNNER)
3.30	ALUGUEL DE GUITARRA ELÉTRICA	DIÁRIA	3	R\$ 150,00 (ARIZYMUSIC)
3.31	ALUGUEL AMPLIFICADOR DE GUITARRA	DIÁRIA	3	R\$ 300,00 (ARIZYMUSIC)
3.32	ALUGUEL MIC OMNIDIRECIONAL PARA SHOWS	1	1	R\$ 150,00 (ARIZYMUSIC)
3.33	ALUGUEL SUPORTE PEDESTAL PARA MIC OMNIDIRECIONAL	1	1	R\$ 30,00 (ARIZYMUSIC)
3.34	VIDRO CENOGRÁFICO	1	1	R\$ +- 500, 00 (VALOR NÃO ENCONTRADO. SUGESTÃO DA AUTORA)
3.35	TUBO DE SANGUE CENOGRÁFICO 60ML	1	1	R\$ 35,78 (AMAZON)
3.36	ARARA DE ROUPAS	3		R\$ 447,00 (MERCADO LIVRE)

Fonte: Autora.

Terminado a computação de quanto se irá gastar em média, o designer de produção pode começar a programar e inspecionar quanto tempo se deve levar em cada etapa de

concepção real dos utensílios estéticos. Diante da nossa situação, demonstraremos não só um cronograma baseado no que se fará, mas com todos os encargos obtidos, contendo desde as fases do nascimento e do tratamento da ideia, até os períodos de investigação histórica e científica, de definição do projeto e do decorrer de sua produção, medidos graficamente por meses (excluído recessos escolares). Essa prática será importante para averiguarmos como se deu a gênese da concepção da substância de estudo até a sua formação final. Entretanto, deve-se salientar que o ano de 2020 ficará para a história como um dos anos mais desafiadores e difíceis por conta da grave condição sanitária de todo globo e, por decorrência dessa realidade, os períodos definidos para cada estágio sofreram fortes variações durante os seus andamentos. A autora, ainda que de maneira privilegiada, passou por uma mudança de estado, emprego, moradia e luto por um vizinho querido, o que tornou todo o processo muito mais extenso e complexo do que normalmente seria em momentos de pré-pandemia (sem quebras tão drásticas de rotina e de readaptações). Seu cronograma, que de início tinha a previsão de finalização para julho de 2020 (e que incluía a investigação de peças em lojas, brechós e acervos físicos; conversas com pessoas adeptas ao estilo musical e às roupas ressignificadas; inclusão de músicas autorais concedidas por bandas brasileiras no projeto; desenho de fichas técnicas e storyboards; experimentação de maquiagens em modelos reais e da fotografia das mesmas etc.), foi conciliado para ser concluído em janeiro de 2021 com uma possibilidade mais enxuta e realista para o momento.

Quadro 5 - Cronograma

ATIVIDADES	PERÍODOS						
	AGO- DEZ 2019	MAR-JUN 2020	JUL-OUT 2020	NOV-DEZ 2020	1ª SEMANA JAN 2021	2ª SEMANA JAN 2021	3ª SEMANA JAN 2021
SURGIMENTO DA IDEIA							
PROBLEMATIZAÇÃO							
INÍCIO DA INVESTIGAÇÃO E TRATAMENTO DA IDEIA INCIAL							

FECHAMENTO DA PESQUISA							
ESCRITA DO ROTEIRO							
MOODBOARD DE VISÃO DO DIRETOR							
DECUPAGEM							
ANÁLISE TÉCNICA							
PLANEJAMENTO ORÇAMENTÁRIO							
DECISÕES SOBRE O MAPA DOS PERSONAGENS							
PROJETO DE ARTE							

Fonte: Autora.

Todo mundo que trabalha em um filme começa com o roteiro, com documentos, anotações, esboços. O que vem a partir daí são as formas encontradas para comunicar as ideias, gostos, desgostos e insights interpretativos. Esse tempo de pré-produção é crucial para a visualização do filme e preparação do design de produção. Por exemplo, o designer de “The English Patient” (1996) depois do conjunto de materiais similares aos apresentados, visitou arquivos da Royal Geographical Society para explorar fotografias antigas que o servissem de inspiração. Já no filme "Leap of Faith" (1992), a designer responsável partiu para uma investigação sobre o mundo dos curandeiros, médiuns e cristais para desenhar seu projeto de arte. (LOBRUTTO, 2002). Considerando as colocações e documentações preparadas ao decorrer deste capítulo, seguiremos por uma exploração mais gestacional, com a pesquisa de aspectos mercadológicos, para finalmente formarmos nossos próprios conceitos modelísticos e manipularmos a bagagem visual e linguística do filme.

4.3 Mãos ao alto: o projeto de arte que é um puro assalto

A estruturação do Projeto de Arte é o florescimento dos questionamentos de aparência do filme e engloba as principais escolhas do designer de produção e da sua equipe, pensando em como se deseja trabalhar, que tipo de concessões, inserções, críticas ou encargos


contemplativos se quer dar - sempre levando em conta toda intencionalidade do roteiro, do ponto de vista da direção e dos subterfúgios da narrativa. Faz parte agregar nele conceitos abstratos ou esotéricos que surgem pautados em encontros e reuniões discursivas sobre a história entre a direção, direção de arte e direção de fotografia (o tripé da visualidade), que poderão tomar forma ao decorrer das propostas do projeto em diagramas de cores, texturas, condições climáticas, épocas, geografias, gênero e muitos outros.

Tendo consciência dessa complexidade, podemos discutir sobre trajes. A palavra traje vem de uma origem etimológica do termo *trager*, do verbo trazer. Traje é trazer algo para si, seja uma identidade ou um corpo (CATELLANI, 2003). No audiovisual, o traje em cena é um forte componente na construção do espetáculo, porque respalda a narrativa com comunicação e como elemento comportamental e percorre, de cena em cena, o físico do ator ou modelo. Paula Iglecio e Isabel Italiano (2012) nos dizem que “certos símbolos são mais do que fundamentais para o reconhecimento dos personagens”. Em alguns casos, podem ser até como um marco sagrado, como uma experimentação de um ritual ou celebração religiosa. Sendo assim, a montagem dos trajes tem a tarefa de servir aos espectadores amostragens explicativas de tecido, caimento, movimento, cor, volume, textura e forma para tradução do personagem (seu estado de espírito, preferências pessoais, traços de caráter e maneiras de pensar) para além dos seus gestos e palavras. Normalmente, o conceito de traje em cena se refere apenas ao figurino, mas neste caso englobaremos também questões sobre maquiagem, cabelo, tatuagem e tudo que se refere a “pele” que os personagens vestirão.

O processo de criação do traje em cena segue, após a interpretação do enredo, com o perfil dos personagens. Em virtude disso, o tipo físico dos atores/modelos, como o número de seu calçado, cintura, busto, tom de pele e outros, deve ser uma das primeiras informações a se receber. É interessante ressaltar ainda que, comumente, um departamento à parte, o chamado, depto. de *casting* ou elenco, é quem realiza o contato com atores e modelos de acordo com os apontamentos feitos pelo autor e/ou diretor e conduz testes de vídeos e foto, faz recrutamento e elege quem fará o trabalho, além de se responsabilizar pela logística dos mesmos (ordenação de transportes, horários, termos de autorização de uso de imagem e, por vezes, até pagamentos). Porém, à vista deste exercício, faremos um mapeamento independente dos personagens propondo apenas pontuações de aparência, de características psicológicas e de suas principais ações, conflitos e interações na trama. Nele, terão, como sugestão, indicações

de pessoas com quem o corpo em cena possa se parecer. Com estes critérios de seleção, os quatro artistas construídos se apresentam com seguinte estrutura:

Quadro 6 - Construção do Personagem “Adolescente”

ADOLESCENTE	
	<p>PESSOA COM QUEM SE PARECE: SOKO (REFERÊNCIA À ESQUERDA) E STEPHANIE SUERO.</p>
	<p>APARÊNCIA 1: CLEAN. ROUPAS EXTREMAMENTE FOLGADAS E SIMILARES A DA MULHER DE MEIA IDADE.</p>
	<p>APARÊNCIA 2: SOBREPOSIÇÃO DE ITENS. MISTURA VÁRIAS INFORMAÇÕES EM UM MESMO LOOK: COLORIDO, ESTAMPADO, TEXTURIZADO, LARGO E JUSTO.</p>
	<p>PERSONALIDADE 1: INFELIZ, DEPRIMIDA, CANSADA .</p>
	<p>PERSONALIDADE 2: DESCABIDA, REBELDE E ANIMADA.</p>
	<p>AÇÕES: QUEBRA OVOS, BEIJA A MÃO DA MULHER DE MEIA IDADE, TEM SUA ROUPA TROCADA PELOS FIGURINISTAS 1 E 2 E ESCUTA A RÁDIO NA COZINHA, DIRIGI UM CARRO POR UMA RUA DESERTA, DANÇA E SALTA DO PALCO DO C.B.G.B, CURTE A SEX E É ABORDADA POR JORNALISTAS.</p>
	<p>INTERAÇÕES: MULHER DE MEIA IDADE E FIGURINISTAS 1 E 2.</p>

Fonte: Autora. Fotografia por Dazed Magazine (2016).

Quadro 7 - Construção do Personagem "Mulher De meia idade"

MULHER DE MEIA IDADE	
	<p>PESSOA COM QUEM SE PARECE: COSTANZA PASCOLATO (REFERÊNCIA À ESQUERDA) E GLÓRIA KALIL.</p>
	<p>APARÊNCIA: CHIQUE E TRADICIONAL. ADORA GRANDES JOIAS. ESTÁ SEMPRE EM BLACK TIE OU À RIGOR, MESMO DE PIJAMAS.</p>
	<p>PERSONALIDADE: SOCIÁVEL. FELIZ PORQUE IGNORA AS ATROCIDADES DO ATUAL GOVERNO.</p>
	<p>AÇÕES: QUEBRA OVOS E TEM A MÃO BEIJADA PELA ADOLESCENTE COZINHA.</p>
	<p>INTERAÇÕES: ADOLESCENTE.</p>

Fonte: Mapeamento realizado pela autora. Fotografia por Gravity by HStern (2020).

Quadro 8 - Construção do Personagem "Figurinista 1"

FIGURINISTA 1	
	<p>PESSOA COM QUEM SE PARECE: SABEIAN. S GILZENE (REFERÊNCIA À ESQUERDA) E SAMSON.</p>
	<p>APARÊNCIA: CLÁSSICO MINIMALISTA. ELEGANTE MAS DESPOJADO. ESPORTE FINO. GOSTA DE USAR BLAZERS OU CASACOS NO LUGAR DE PALETÓS.</p>
	<p>PERSONALIDADE: CORDIAL, APARENTA SERIEDADE E PREOCUPAÇÃO.</p>
	<p>AÇÕES: TROCA O TRAJE EM CENA DA ADOLESCENTE NA COZINHA E SEGURA A ADOLESCENTE EM SEUS BRAÇOS NO C.B.G.B</p>
	<p>INTERAÇÕES: ADOLESCENTE E FIGURINISTA 2.</p>

Fonte: Mapeamento realizado pela autora. Fotografia por Curve Model Management.

Quadro 9 - Construção do Personagem "Figurinista 2"

FIGURINISTA 2	
	<p>PESSOA COM QUEM SE PARECE: ALEXANDER YTTERGÅRD (REFERÊNCIA À ESQUERDA) E HAATEPAH.</p>
	<p>APARÊNCIA: CONTEMPORÂNEO. GLAM ROCK. SEX APPEAL NATURAL. PREFERE COURO, VINIL, LUREX E MODELAGEM CURTA E APERTADA.</p>
	<p>PERSONALIDADE: AMIGÁVEL, PASSIONAL, INCENTIVADOR.</p>
	<p>AÇÕES: TROCA O TRAJE EM CENA DA ADOLESCENTE NA COZINHA E SEGURA A ADOLESCENTE EM SEUS BRAÇOS NO C.B.G.B.</p>
	<p>INTERAÇÕES: ADOLESCENTE E FIGURINISTA 1.</p>

Fonte: Mapeamento realizado pela autora. Fotografia por lemanagement.dk

Para finalmente caracterizar a produção, o responsável pela criação de roupas e acessórios analisa o que lhe foi dado a respeito das silhuetas e feições dos intérpretes e passa a desenhar os seus guarda-roupas, encontrando suas próprias respostas aos textos. Podendo optar por uma mistura de peças ilustradas por ele e sua equipe ou em conjunto com outras já disponíveis no mercado (SABINO, 2007), o figurinista pode se inspirar em três tipos de trajes conhecidos: os para-realistas, realistas e simbólicos. A preocupação dos trajes realistas suplantam um rigor e exatidão a uma realidade histórica. Já os para-realistas são aspirados pela moda e ornamentos de uma época, mas que procedem com uma customização e estilização singular. E, em trabalhos que a precisão memorável não é o mais importante, o figurino simbólico pode servir para prestigiar o cotidiano, o rotineiro ou para tratar dos tipos simbólicos gerais na criação de efeitos dramáticos (MARTÍN, 2005). Enquanto o figurinista trabalha com essas opções e orientações, o maquiador e o cabeleireiro transmutam a ideia para realizar o acabamento final da arte do disfarce do intérprete em pintura e fios. De modo a causar sensações particulares no público, em especial, o maquiador pode trabalhar com

diversas técnicas para construir peles - seja com cunho mais social, *fashion*, artístico, de efeito, cultural ou de caracterização. A última classificação pode absorver todas as outras pela forma como pode somar a imagem do filme o aspecto cotidiano; as maiores tendências da moda comercial; a simulação de desconfiguração, escarificação e modificação (como cicatrizes, ferimentos e envelhecimentos); a realização de pintura corporal com *body painting* ou *body art* e até o desenho de uma tradição cultural e familiar (PINHEIRO, 2016).

Tanto quanto outras áreas, o figurino e a maquiagem precisam de um repertório imagético. Nada se cria do zero, de maneira nublada, e sim, apropria-se de uma forma visual já vista para, assim, se encarregar de outra. Por esse motivo que estereótipos e arquétipos são muitas vezes empregados na matriz da composição estética de um personagem. Tendo em mente que o diretor impôs no documento “Lista de Requisitos” (subcapítulo 4.2) que os personagens devem ter seus trajes em cena refletidos em algum período do percurso do punk, podemos considerar a ‘Mulher de meia idade’ e a ‘Adolescente’ no seu primeiro estágio comportamental como o resultado da cooptação do estilo pela indústria, nos mais altos estágios do *trickle-down*; o ‘Figurinista 1’ como o molde dos punks “nerds” e “filhinhos de papai” de Nova York que se vestiam com presentes que ganhavam de parentes; o ‘Figurinista 2’ como um modelo dos punks andrógenos, como os participantes do New York Dolls ou como as meninas de The Runaways; e a ‘Adolescente’ rebelde como os garotos de King’s Road, que usavam os principais códigos estéticos punk, e que serviram como reconhecimento mundial. Assim, o tipo de figurino a ser trabalhado para o “Mãos ao alto” é para-realista e a técnicas de maquiagem a serem aderidas serão uma mistura de social e *fashion* sempre jogando e entrecruzando com a moda punk antepassada e ressignificada, mas com uma adequação própria.

Já no ateliê, podemos começar ilustrando a primeira e a única roupagem da intérprete Adolescente e da Mulher de meia idade na cozinha como um conjunto de moda *sleepwear* de pijamas em xadrez, em tons de vermelho e marrom, para dar um ar semelhante ao uso das calças de bondage punks e as famílias felizes e tradicionais que se juntam para realizar atividades domésticas no feriado de Natal em filmes de comédia romântica hollywoodianos. Podemos considerar que o corte da vestimenta da Mulher terá muito mais volume na parte de cima, para demonstrar certa pomposidade e glamour, e na parte de baixo uma certa estreiteza com menor tamanho (refletido em uma modelagem mais justa e com uma barra mais curta). Posto isto, a produção têxtil deve ser refletida em um casaco de botões para ser utilizado

fechado e numa calça cigarrete acinturada, ambos em uma modernidade que vai conferir aos pés um mocassim afivelado de couro na cor preta com meias voluptuosas sob o tom azul marinho. No pescoço, é importante incluir um mix de colares pesados e grossos dourados para compor a parte de cima em exato excesso. As unhas devem estar bem pintadas e com anéis geométricos grandes. Seus curtos cabelos semi grisalhos devem ser penteados e fixados para trás em um coque baixo e a maquiagem deve ser social e cotidiana, prezando o uso de técnicas de contorno e harmonização dos melhores traços. Abaixo, insere-se um protótipo dessas descrições para melhor visualização, o qual poderia ser criado pela equipe de arte.

Figura34 - Moodboard de figurino e caracterização da “Mulher de meia idade”



Fonte: Autora.

Em contrapartida, as peças em pijama da Adolescente nesse momento devem ser extremamente largas, como se pertencessem a outra pessoa. O casaco, com mangas que passam de suas mãos e com golas retas, deve ser utilizado aberto e com uma camiseta branca “podrinha” por dentro. As calças, de cintura baixa, devem ter um diâmetro igualmente grande nas pernas e na barra. Os sapatos podem ser similares aos coturnos tratorados em tons claros,

que terão apenas a ponta aparente em meio a tantas peças folgadas. O uso de acessórios será retido a utilização de uma faixa nos cabelos assentados com a uma palavra grosseira inscrita e anéis grossos, brincos de corrente e uma pulseira de prego em prata. Adendo a isto, o máximo de efeito natural e glow deve ser trabalho na pele da atriz.

Figura 35 - Primeiro moodboard de figurino e caracterização da “Adolescente”

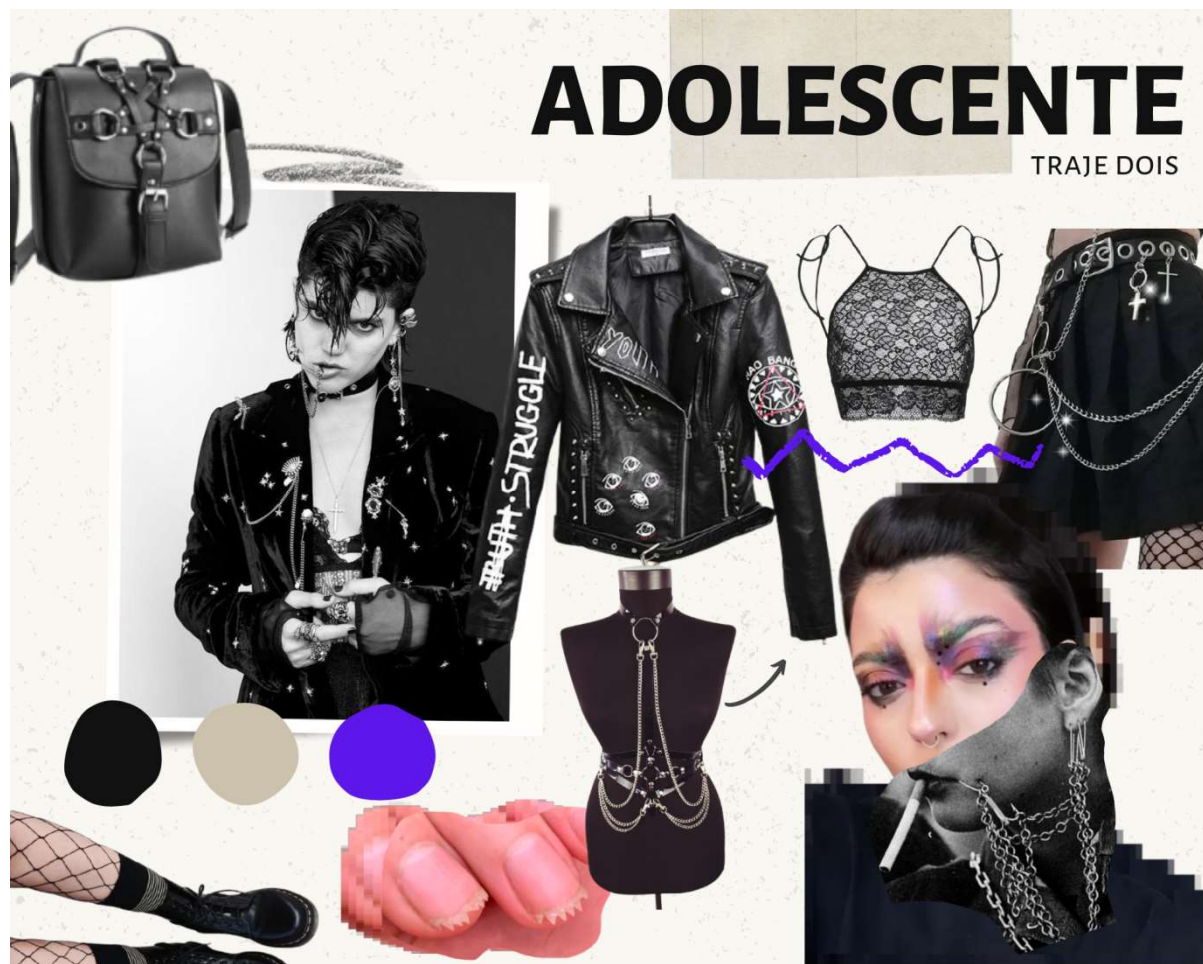


Fonte: Autora.

O segundo look da Adolescente tem de ser composto de peças voltadas para a fervura que só o fetichismo tem. Sendo assim, farão parte: uma mini saia curta plissada em preto, meias de arrastão negras completas e outras meias curtas com listras em sobreposição calçando uma bota baixa em couro preta; além de *harness* com correntes, sutiã de renda sem bojo por baixo e jaqueta de couro com bugigangas, spikes e rabiscos de diversos formatos e tamanhos no topo de tudo isto. As unhas da artista devem estar sujas, sem pintura e cortadas irregularmente. A make deve ser construída com base em um delineado grosso e pigmento em púrpura e azul nos olhos. Os cabelos devem ser moldados em um moicano com aspecto

molhado e suado. A personagem deve ainda portar um piercing transversal metalizado da sua orelha até sua bochecha.

Figura 36 - Segundo moodboard de figurino e caracterização da “Adolescente”



Fonte: Autora.

O último e terceiro traje em cena da Adolescente adotará o quesito militar não-militar e irá de encontro a um conjunto de bermuda jeans destroyed com dilacerações e gravura anatomica estampada, meia calça grossa fio 80 rasgada por baixo, jaqueta em sarja clara, com recortes de farda tradicional e com desenhos feitos a mão (símbolos críticos à instituição política brasileira atual, com dizeres parecidos com “fora bozo!” e “mamadeira de piroca”, além de figuras com formato de leite condensado e laranja), um top tipo bustiê em preto e branco incorporado (inspirado em coletes táticos, que a polícia utiliza para a guarda de acessórios e armas) e uma mini *bag* com prendedor de segurança. Nos pés, um coturno pesado em verde musgo e como caracterização, uma tatuagem de corda amarrada no pescoço junto a dois colares (um similar a arame farpado e outro a espigões e espinhos), cabelo tingido em amarelo fosforescente e armado para dar ar de ressacado e maltratado. A

maquiagem deve ser composta pelo famigerado “olho tudo, boca nada”: *smokey eyes* monocromático e lábios em aparência neutra.

Figura 37 - Terceiro moodboard de figurino e caracterização da “Adolescente”



Fonte: Autora.

Sobre as licenças poéticas aos looks do *backstage*, podemos imaginar o Figurinista 1, com seu valor sério e estilo a lá Talking Heads, em um blazer alongado preto personalizado com a inserção de tecidos apostos com escritos variados, incluindo a palavra *staff* em maior tamanho, além de costuras soltas e a aplicação de zíperes em locais irregulares - anexo a uma camiseta com a impressão de algum filme clássico no centro, manchada e picotada em todo seu contorno inferior. Uma calça jeans preta lisa e um tênis *all star* velho e escuro também devem ser incluídas para dar suporte ao visual. A pele do ator deve ser preparada e condensada a um efeito de saúde e limpeza, mas com um delineado artístico nos olhos. Por conseguinte, adereços como uma fita de medição corporal, uma armação fina e redonda de óculos de grau e um piercing do tipo *ear hook* grosseiro seriam indispensáveis.

Figura 38 - Moodboard de figurino e caracterização da “Figurinista 1”



Fonte: Autora.

Agora, para agregar a aparência androginoide do Figurinista 2, poderemos inserir uma calça cintura alta negra de vinil, uma jaqueta bomber cropped com mangas levemente bufantes e com estamparia vívida, com uma bota de plataforma de salto laminada em preto. Em um de seus pulsos poderá ter um alfineteiro de pulso redondo em tecido xadrez com agulhas assimétricas espetadas e em seu nariz um nostril de joia pesada e grande (recaindo até a sua boca). O cabelo deve ser arrumado em uma “onda”, quase como os chifres utilizados por Soo Catwoman, e sua make trabalhada com predominância artística, com degradês e grafados em um de seus olhos com frase semelhante a “*keep fashion weird*” (em português: mantenha a moda estranha!) e um batom preto nos lábios.

sim, com a função de simular claramente cada espaço do script com a estética e a ambiência global da peça (CARPINTEIRA, 2011). Em virtude disso que o cenógrafo já pode começar a ser consultado pelo diretor desde o início da construção da sua visão geral para já ir entendendo as suas intenções e rasurando na ponta do lápis as suas escolhas cenográficas desde os momentos iniciais. Nesse momento, o profissional deve se propor a absorver as ideias e as incorporar sendo sensível às necessidades de um ator exposto ao público e criativo para performar espaços imaginativos e apropriados, como um arquiteto traçando uma planta de uma casa na mesa de desenho (HOWARD, 2001).

Hélio Eichbauer (2006), afirma que o ambiente do cinema é de 360 graus, portanto, um mesmo local pode admitir várias decorações diferentes. O cenógrafo, após dar e um *double check* na análise de providências, pode, finalmente, pensar como vai emendar e dar vida ao plano de fundo da peça em diferentes tipos de mobiliário, revestimentos e plataformas, podendo escolher entre cenários de utilidade, representatividade e abstração. Os cenários utilitários são mais voltados à TV, para programas jornalísticos, esportivos e de entretenimento. Embora sejam edificados como cenários, eles não pretendem aparentar/simular um local de trabalho, mas sim uma representação dada à sua utilidade real. Os representativos são criados para processos ficcionais, como comerciais, spots publicitários, séries, novelas, filmes, espetáculos de ópera, teatro e dança. Desde logo, os cenários abstratos são mais estilizados, usados esporadicamente em spots publicitários e clipes musicais e são exatamente como o nome indica: têm carácter dúbio, imaterial e impreciso - não sendo nada figurativos (WADE, 1954). Os espaços cênicos desse exercício, igualmente como os trajes, devem transparecer uma fluidez entre ambientes limpos e bem conservados até aos esdrúxulos, imundos e caóticos, deste modo, nos convém adotar um carácter representativo e utilitário nos *backgrounds*.

Ao realizar a procura por locações se deve atentar aos requisitos do diretor. Aqui, seria o fato de encontrar locações que garantisse mais de uma ambiência no mesmo lugar. Por via de regra, a visita em locais possíveis a serem utilizados é um passo fundamental para que todos conheçam e concordem com o espaço ou para que, simplesmente, o cenógrafo comece efetivamente a transportar suas ideias para o material. Entretanto, pela situação pandêmica, a atividade ficou restrita a inspeções digitais.

O lugar mais adequado encontrado para o “Mãos ao alto” fica em São Paulo, no bairro Itaim Bibi e se chama Galeria 2.8. Ele possui 200m², portas grandes (ideal para a entrada do

carro em cena) e três ambientes, sendo eles: uma sala modular (ambiente coberto e com e dois banheiros, podendo ser utilizado para o permanecimento da maioria dos equipamentos e da equipe), um terraço (espaço ao livre, possibilitando boas entradas e saídas de ar e circulação dos profissionais e elenco sem aglomeração) e um estúdio fotográfico (composto por grandes paredes de fundo infinito e outras opções de cenário). Nele, os *sups* de chroma key em verde serão adaptados, mas terão o mesmo efeito.

Figura 40 e 41 - Estúdio fotográfico do Galeria 2.8



Fonte: Galeria 2.8

Os itens manipulados pelos atores são designados como adereços, incluindo os itens culinários, avisos de multa, portas falsas etc. Eles são reunidos, projetados ou comprados para colocação no set durante a fase de rodagem de um filme. Tudo isso, é claro, agindo sob a supervisão do cenógrafo. Muitas vezes, é um adereço único e específico que realça o visual e trás a verossimilhança e imaginação para a história. O vermelho usado nas lanternas de papel em *Raise the Red Lantern* (1991), por exemplo, demonstrava a nós, espectadores, qual de suas muitas esposas o protagonista queria para dormir com ele em determinada noite. Buscando sentido parecido e pensando em como o designer e sua equipe devem saber transportar as linhas e formas das ilustrações para o espaço, explorando ao máximo as curvas (LOBRUTTO, 2002), criaremos três mapeações decorativas para os quatro ambientes da peça com os principais itens e indicações de imagens para o chroma key, os quais foram indicados, em sua maioria, no script e revisitados na análise de providências.

O primeiro moodboard será mais sutil de modo a exibir itens claros em tons rose e azul. A cozinha completa a se passar no chroma key deve ter a predominância e a elegância da textura e da cor da madeira, do cinza queimado e do azulejo escuro, para combinar com os tons vermelhos e escuros das roupas das personagens que vão permanecer por mais tempo no local.

Figura42 - Espaço e objetos cenográficos da cozinha



Fonte: Autora

Os outros três moodboards são mais *heavy* e expressam as passagens da nossa diva entre a chegada ao carro, a fachada do C.B.G.B, a entrada no bar, a entrada na King's Road e a corrida por ela e a entrada bruta na loja Sex. As imagens do chroma key tiveram como inspiração e maior referência a série documental Punk (2019).

Figura 43 - Espaço e objetos cenográficos das ruas desertas



Fonte: Autora.

Figura 44 - Espaço e objetos cenográficos do C.B.G.B



Fonte: Autora.

Figura 45- Espaço e objetos cenográficos de King's Road e da Sex



Fonte: Autora.

Cada cenário, figurino ou acessório constitui um projeto de design específico com características muito particulares. Elementos diversos podem ser combinados para alcançar os objetivos do design no geral, desde a análise das intenções comunicativas do realizador até a execução delas. O diretor pode ter uma ideia da visualidade que pretende muito ou pouco demais e cabe sempre ao designer e a sua equipe dar-lhe respostas mais concretas a estes embrulhos criativos ou complementar as respostas que já são existentes (CARPINTEIRA, 2011). Um reflexo disso foi visto neste trabalho, com a mudança e a concretização das abstrações presentes nos moodboards de visão primária do diretor, perpassando pelos documentos complementares até chegar neste fim. Esse desempenho de cunho experimental nos ajuda a enxergar como é importante a organização e, acima de tudo, o embasamento sobre as simbologias da temática principal para que elas sejam aplicadas ao seu máximo e com o cuidado necessário.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho caminhou por tantas conexões e ópticas para que não se cometesse generalismos e achismos sobre uma temática tão importante. Sem acionar teorias e pontuações emblemáticas, não parecia justo à autora discutir e refletir em um projeto experimental um dos marcos mais importantes da história da moda e do mundo. Foi por isso, que no percurso tivemos a oportunidade de entender juntos os conceitos primordiais sobre os ritos de passagem que conferem a lógica do sistema cultural e estético da nossa sociedade.

Além disso, para que as intenções ficassem sobre a mesa, cada capítulo do trabalho buscou resolver um objetivo específico. O primeiro e o segundo, por exemplo, investigaram e nos deram amostras de materializações sobre o contexto social em que o punk esteve inserido. Através deles, pudemos entender que o punk foi, certamente, uma forma global de vida, que deteve de uma intercalação entre subcultura e contracultura – ora na conquista de espaços de lazer em plena dicotomia, ora na celebração de uma rede própria, entre uma era e outra. Essa percepção nasceu de maneira incipiente aqui, porque muitos trabalhos-referência preferiam escolher apenas uma versão da história. Foram difíceis os encontros de discursos que não fossem enxutos ou não pensassem mais para um lado do que para o outro. Então, por via de melhor aprendizagem, e de recurso para o atendimento do objetivo principal com maior louvor, foram-se inseridas as duas perspectivas neste processo, para que tivéssemos uma visão totalitária de como tudo realmente aconteceu.

A experimentalidade principal desse trabalho está no desenrolar da construção do desenho de direção de arte, mesmo que atrelada a atributos desse mesmo caráter na sua estruturação. Por exemplo, o *fashion film*, para a autora, é experimental - mas a praticidade empírica do Puro Assalto e do Mãos ao alto não existe essencialmente por conta dele e sim pelas afetações deles próprios. Inclusive, pela primeira vez em um texto acadêmico se assume e percebe o uso do *fashion film* com outro propósito senão o mercadológico. As literaturas encontradas que conferem os desenlaces do gênero, até então, o vêem como um produto exclusivo de marcas publicitárias ou de moda. Foi-se daí que, mesmo que não partindo dos objetivos propostos, se originou uma nova conceitualização de *fashion film*, com uma melhor conexão com a atualidade e concordância com as criações independentes que se têm no hoje. Ela obviamente pode ser melhor trabalhada em produções futuras, mas, pode ser importante para o campo devido ao seu fator inaugural.

Diante destas superações da autora, é possível ver que todos os estudos explorados anteriormente puderam ser efetivamente sobrepostos na concretização efetiva do design do Mãos ao alto. O teórico foi recuperado, complementado e, ainda, citado na situação de

construção de personagens, ações, trajes em cena e muito mais. Essa vazão foi de suma importância para que se pudesse degustar, enquanto comunicóloga e apaixonada por moda, uma forma de ilustrar e adicionar cognição à indumentária, além de poder adentrar e contribuir para ambos os campos, com a possibilidade de tratar de resgate histórico através deles e para eles.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABDALA JÚNIOR, Roberto. **O cinema é uma outra história: considerações sobre o cinema nas aulas de história.** Biblioteca on-line de Ciências da comunicação, 2005.

BARNARD, Malcolm. **Moda e Comunicação.** Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BIVAR, Antonio. **Punk.** São Paulo: Edições Barbatana, 2018.

CARPINTEIRA, Yolanda Maria Garcia. **Design de produção. A interpretação do designer de produção na peça cinematográfica.** 2011. Tese de Doutorado. Faculdade de Arquitectura de Lisboa.

CASTELLÓ-MARTÍNEZ, Araceli del et al. **La comunicación publicitaria se pone de moda: branded content y fashion films.** 2015.

CATELLANI, Regina Maria. **Moda Ilustrada de A a Z.** São Paulo: Manole, 2003

CLARK, John; HALL, Stuart; JEFFERSON, Tony; ROBERTS, Brian **Subcultures, Cultures and Class.** In Resistance Through Rituals: Youth Subcultures in Post-War Britain. HALL, Stuart; JEFFERSON, Tony. Birmingham: Taylor & Francis e-Library, 2003

COMPARATO, Doc. **Da criação ao roteiro.** São Paulo: Rocco, 1984.

CORTÉS, Tania Arce. **Subcultura, contracultura, tribus urbanas y culturas juveniles: homogenización o diferenciación?** In Revista Argentina de Sociología, vol. 6, núm 11, noviembre-diciembre, 2008, pp. 257-271.

CRANE, Diane. **A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas.** São Paulo: Senac, 2006

CUCHE, Dennys. **A noção de cultura nas ciências sociais.** Bauru: EDUSC, 1999.

DI PAOLO, Alessia. **Fashion Film: a new media aesthetics in the digital era.** Italia: ZoneModa Journal, 2015.

DIAZ SOLOAGA, Paloma; GARCIA GUERRERO, Leticia. **Fashion films as a new communication format to build fashion brands.** Communication & Society, v. 29, n. 2, p. 45-61, 2016.

EICHBAUER, Helio. “Saudades do futuro – uma licença poética da relatividade do tempo”. Entrevista de Helio Eichbauer a Lidia Kosovski in Revista Chronos: Publicação Cultural da UNIRIO-Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro. Vol. 1, num. 1: Helio Eichbauer. Rio de Janeiro, 2006.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Uma Introdução aos Estudos Culturais,** Revista FAMECOS, Porto Alegre, nº9, dezembro de 1998.

FIELD, Syd. **Manual do roteiro**. São Paulo: Editora Objetiva, 2001.

FRANK, Thomas. **Dark Age: Why Johnny Can't Dissent**. In *The Baffer Magazine*: New York, v. 02, no. 6, dezembro, 1995, pp. 5-16; 174-192.

FREIRE FILHO, João. **Das subculturas às pós-subculturas juvenis: música, estilo e ativismo político**. *Revista de Comunicação e Cultura*, vol. 3 nº1, p 138 - 166, janeiro/junho 2005

GALLO, Ivone Cecília D.'Ávila. **Punk: Cultura e Arte**. *Varia Historia*, v. 24, n. 40, p. 747-770, 2008.

GELAIN, G.C. **Releituras, transições e dissidências da Subcultura Feminista Riot Grrrl no Brasil**. Dissertação de mestrado (Ciências da Comunicação), Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo, 2017.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Editora Atlas SA, 2008.

GOMES, Itania Maria Mota. **Raymond Williams e a hipótese cultural da estrutura do sentimento**. In: GOMES, Itania Maria Mota; JANOTTI JUNIOR, Jader. *Comunicação e estudos culturais*. Salvador: eDUFBA, 2011.

HANNERZ, Ulf. **Etnógrafos de Chicago**. In HANNER, Ulf. *Exploración de la ciudad: hacia una antropología urbana*. México: Fondo de Cultura Económica, 1982.

HEBDIGE, Dick. **Subcultura: el significado del estilo**. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, S.A: 2002

HOLLANDER, Anne. **O sexo e as roupas**. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

IGLECIO, Paula; ITALIANO, Isabel. **O figurinista e o processo de criação no figurino**. In: 8º Colóquio de Moda 5ª Edição Internacional, 2012, Rio de Janeiro. *Anais do 8º Colóquio de Moda*, 2012. p. 1-11.

ISHERWOOD, B.; DOUGLAS, M. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. Rio de Janeiro: UFJR, 2006

JACOB, Elizabeth Motta. **Um lugar para ser visto: a direção de arte e a construção da paisagem no cinema**. 2006. 170 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação, Imagem e Informação), Pós - graduação em Comunicação, Imagem e Informação, Universidade Federal Fluminense. Niterói, 2006.

JOHNSON, Richard. **Estudos Culturais: Uma introdução**. O que é, afinal, Estudos Culturais? In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). *O que é, afinal, Estudos Culturais?* Belo Horizonte: Autêntica, 2010. (p.07-131)

- JONES, Sue Jenkyn. **Fashion design: manual do estilista**. São Paulo: Cosac Naify, 2005.
- KORNIS, Monico Almeida. **História e Cinema: um debate metodológico**. Estudos históricos, Rio de Janeiro, vol. 5, nº 10, 1992, p. 237-250.
- LIPOVETSKY, Gilles; **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- LOBRUTTO, Vincent. **The Filmmaker's Guide to Production Design**. Nova York: Allworth Press, 2002.
- MARTÍN, Penélope Noelia Martín. **Fashion Films, un vehículo comunicativo de lujo**. In: El nuevo diálogo social: Organizaciones, públicos y ciudadanos. 2015. p. 775-786.
- MARTÍN-CABELLO, Antonio. **Dick Hebdige y el significado del estilo: una revisión crítica**, In Revista de Estudios Culturales: La Torre del Virrey, v. 11, nº 1, diciembre, 2012, p. 37-45.
- MCNEIL, Legs; MCCAIN, Gillian. **Mate-me por favor**. Porto Alegre: L&PM, 2014.
- MIJOVIC, Nikola. **Narrative form and the rhetoric of Fashion in the promotional Fashion film**. Film, Fashion & Consumption, v. 2, n. 2, p. 175-186, 2013.
- NAHARRO, Fernando García. **Cultura, Subcultura, Contracultura: "Movida" y cambio social (1975-1985)**. In Coletânea de Actas del III Congresso Internacional de Historia de Nuestro Tiempo. Logroño: Universidad de La Rioja, 2012, p 301-310.
- PINHEIRO, Micheline Penafort et al. **A arte do disfarce: a maquiagem como mídia e o processo de construção de personagens na obra audiovisual**. 2016.
- POLHEMUS, Ted. **Street style: from sidewalk to catwalk**. New York: Thames and Hudson, 1994.
- RESTREPO, Andrea. **Una lectura de lo real a través del punk**. Historia crítica, n. 29, p. 9-37, 2005.
- RODRIGUES, Chris. **O cinema e a produção..** Rio de Janeiro: Lamparina Editora, 2007.
- RODRIGUES, Daniel. **Anarquia na Passarela**. Porto Alegre: Dublinense, 2012.
- RONSINI, Veneza V. Mayora. **Mercadores de Sentido: consumo de mídia e identidades juvenis**. Porto Alegre: Sulina, 2007
- SABINO, Marco. **Dicionário da Moda**, Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- SIMMEL, George. **On individuality and social forms**. Chicago: University of Chicago Press, 1971.

SVENDSEN, Lars. **Moda: uma filosofia.** São Paulo: Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 2010.

TURNER, Graeme. (1990). **British Cultural Studies: An Introduction.** Boston, Unwin Hyman.

WADE, Robert J. **Designing for TV: The Arts and Crafts in Television Production.** Pellegrini and Cudahy, 1954.

WILLIAMS, Raymond. **A Cultura é de Todos.** 1958

_____. **Marxismo e literatura.** Rio de Janeiro, RJ: Zahar. 1979.

ZETTL, Hebert. Manual. **Manual de produção de televisão.** São Paulo, SP: Cengage Learning, 2017.

APÊNDICE I – ROTEIRO DE “MÃOS AO ALTO”

PEÇA: MÃOS AO ALTO DURAÇÃO: 00:02:00 DATA: 2021/1				
CENA	DESCRIÇÃO DA CENA	CHROMA KEY	LETTERING	TRILHA SONORA
CENA 01 (INT - DIA ESTÚDIO)	<p>(PCF) PLANO CONJUNTO FECHADO</p> <p>DE PÉ, DE FRENTE PARA UMA BANCADA ALTA, UMA MULHER DE MEIA IDADE E UMA ADOLESCENTE QUEBRAM OVOS EM UMA BACIA GRANDE PARA PREPARAREM UM BOLO.</p> <p>DURANTE O PROCESSO, ESCUTAM RÁDIO NA COZINHA E SORRIEM UMA PARA A OUTRA. ENQUANTO A MULHER SORRI FELIZ E EMPOLGADA, A ADOLESCENTE SORRI AMARELO, COM COMPAIXÃO.</p>	COZINHA COMPLETA	<p>(CG) MINI CORAÇÕES, ESTRELAS, E FLECHAS SOBRE E AO REDOR DO CORPO DOS PERSONAGENS E NOS OBJETOS PRINCIPAIS DA CENA</p> <p>(CG) CLAVES DE SOL, SEMÍNIMAS, COLCHEIAS, DUAS COLCHEIAS CONECTADAS A UM RAIO E DUAS SEMICOLCHEIAS LIGADA A UMA TRAVE PASSEIAM POR TODO AMBIENTE.</p>	<p>FADE IN</p> <p>(BG) TRILHA: MÚSICA INSTRUMENTAL CLÁSSICA CALMA</p> <p>(BG) AMBIENTE: BARULHO DE OVOS SENDO QUEBRADOS</p>
CENA 02 (INT - DIA ESTÚDIO)	<p>(PA) PLANO AMERICANO</p> <p>APÓS QUEBRAR OS OVOS A SUA DISPOSIÇÃO, A ADOLESCENTE LIMPA AS MÃOS EM UM PANO DE PRATO E ESCUTA A RÁDIO MAIS ATENTAMENTE.</p> <p>A FACE DA ADOLESCENTE É TOMADA POR UMA</p>		<p>(CG) SÍMBOLOS MÚSICOS SE TORNAM AGRESSIVOS E TORTOS, ATÉ SE QUEBRAREM E SUMIREM.</p> <p>(CG) ILUSTRAÇÃO</p>	<p>FADE IN</p> <p>(V.O.) AMBIENTE/SOM EMITIDO PELO RÁDIO: “BRINCADEIRA TEM HORA” - LUCAS AFONSO</p>

	<p>CURIOSIDADE E SURPRESA IMENSA.</p> <p>A ADOLESCENTE SE APROXIMA LENTAMENTE DO RÁDIO ATÉ ESTAR COM SEU OUVIDO COLADO NELE.</p>		<p>CROSSOVER DA CAPA DO ÁLBUM DE “GOD SAVE THE QUEEN” - SEX PISTOL COM O ROSTO DE JAIR MESSIAS BOLSONARO NO CANTO INFERIOR ESQUERDO DO QUADRO.</p>	<p>FADE OUT</p>
<p>CENA 03 (INT - DIA ESTÚDIO)</p>	<p>(PCA) PLANO DE CONJUNTO ABERTO</p> <p>COMO SE A VIDA DA ADOLESCENTE SE TORNASSE UM FILME, DOIS FIGURINISTAS APARECEM APRESSADOS NA COZINHA E ACENAM COM A CABEÇA PARA A ADOLESCENTE - ELA RETRIBUI.</p> <p>OS DOIS FIGURINISTAS COLOCAM UM PROVADOR DE ROUPAS MÓVEL NO CHÃO E SOBEM EM TORNO DO CORPO DA ADOLESCENTE NA COZINHA.</p> <p>OS DOIS FIGURINISTAS ABAIXAM O PROVADOR DE ROUPAS MÓVEL NOVAMENTE E A ROUPA DA ADOLESCENTE ESTÁ TROCADA.</p>		<p>(CG) INTERTÍTULO NARRATIVO: “PURO ASSALTO” POR TODO QUADRO</p> <p>(CG) MÃO GIGANTE QUE “ESMAGA” O CORPO DA ADOLESCENTE</p> <p>(CG) MOICANO PUNK DESENHADO SOBRE A CABEÇA DA ADOLESCENTE</p> <p>(CG) ILUSTRAÇÃO DE CIGARRO ACESO SOBRE A BOCA DA ADOLESCENTE</p>	<p>FADE IN</p> <p>(BG) TRILHA: “PERSONALITY CRISIS - NEW YORK DOLLS”</p>
<p>CENA 04 (INT - DIA ESTÚDIO)</p>	<p>(PCA) PLANO DE CONJUNTO ABERTO</p> <p>APÓS A TROCA, NA COZINHA, A ADOLESCENTE INSPECIONA SUAS NOVAS VESTIMENTAS E</p>		<p>(CG) SÍMBOLO ANARQUISTA POR TODO QUADRO</p>	

	<p>DÁ UM SORRISO MALICIOSO.</p> <p>COMO “AGRADECIMENTO”, A ADOLESCENTE “DÁ O DEDO DO MEIO” E FAZ “SINAL DE BANANA PRA VOCÊ” PARA OS DOIS FIGURINISTAS QUE SAEM AFOBADOS DA COZINHA TROPEÇANDO UNS NOS OUTROS.</p> <p>A MULHER DE MEIA IDADE, AINDA ATRÁS DA BANCADA, OLHA APAVORADA PARA A ADOLESCENTE.</p> <p>A ADOLESCENTE SE APROXIMA E BEIJA A MÃO DA MULHER DE MEIA IDADE.</p>		<p>(CG) DESENHOS DE BESTIAIS POR TODO QUADRO</p> <p>(CG) CHAMAS SOBRE O CORPO DA ADOLESCENTE</p> <p>(CG) INTERTÍTULO NARRATIVO: “CONTRA TODA AUTORIDADE... EXCETO A MINHA MÃE”, NO CANTO INFERIOR ESQUERDO</p>	
<p>CENA 05 (INT - DIA - ESTÚDIO)</p>	<p>(PA) PLANO ABERTO</p> <p>A ADOLESCENTE CORRE PELO ESTÚDIO ATÉ ENCONTRAR UMA OUTRA MONTAGEM (AINDA NÃO MOSTRADA EM CENA), AMBIENTADA COMO UMA RUA DESERTA.</p> <p>NA RUA, OLHA PARA OS DOIS LADOS E ENCONTRA UM CARRO CENOGRÁFICO.</p>	<p>RUAS DESERTAS COM PRÉDIOS DESTRUÍDOS</p>	<p>(CG) ILUSTRAÇÃO DE CLAQUETE DE CINEMA POR TODO QUADRO</p> <p>(CG) ÍCONE DE REC NO CANTO SUPERIOR DIREITO</p>	
<p>CENA 06 (INT - DIA - ESTÚDIO)</p>	<p>(PM) PLANO MÉDIO</p> <p>A ADOLESCENTE ENTRA NO CARRO E COMEÇA A “DIRIGIR” MUITO MAL E EM ALTA VELOCIDADE.</p> <p>ENQUANTO DIRIGE, A ADOLESCENTE RI DEBOCHADAMENTE, DISPARA CUSPES, XINGAMENTOS E GESTOS HOSTIS PELA JANELA DO CARRO.</p>		<p>(CG) MINI CAVEIRAS E ESPADAS AO REDOR DO CARRO</p>	

CENA 07 (INT - DIA - ESTÚDIO)	(MPP) MEIO PRIMEIRO PLANO A ADOLESCENTE ESTACIONA AOS SOLAVANCOS EM FRENTE AO BAR C.B.G.B	FACHADA DO BAR C.B.G.B	(CG) DESENHO DE RATOS E BARATAS SOBRE O CHÃO	FADE IN (BG) TRILHA: "NEW ROSE - THE DAMNED"
CENA 08 (INT - DIA - ESTÚDIO)	(PM) PLANO MÉDIO ADOLESCENTE ENTRA NO C.B.G.B DANDO SOCOS NO AR E DANÇANDO. A ADOLESCENTE SOBE NO PALCO E SALTA DE COSTAS (COMO MÚSICOS NOS BRAÇOS DE UMA GRANDE PLATÉIA). A ADOLESCENTE CAI (COM SUAS ROUPAS E CARACTERIZAÇÕES TROCADAS) NOS BRAÇOS DOS DOIS FIGURINISTAS QUE APARECEM APRESSADOS NOVAMENTE. A ADOLESCENTE BATE O PÉ PARA QUE OS DOIS FIGURINISTAS SAIAM DE CENA. OS DOIS FIGURINISTAS SAEM APRESSADOS.	INTERIOR DO BAR C.B.G.B	(CG) FINOS TRAÇOS DE RABISCO DANDO DESTAQUE PARA AS SUPERFÍCIES PRESENTES EM TODO QUADRO	
CENA 09 (INT - DIA/NOITE - ESTÚDIO)	(MPP) MEIO PRIMEIRO PLANO A ADOLESCENTE CHUTA A PORTA DO BANHEIRO DO C.B.G.B E SAI EM UMA CABINE TELEFÔNICA INGLESA.	CORREDOR DO C.B.G.B QUE DÁ PARA O BANHEIRO (DIA) RUA KING'S ROAD EM LONDRES (NOITE)		(BG) AMBIENTE: PASSOS ACELERADOS (BG) AMBIENTE: SOM DE CHUTE EM SUPERFÍCIE DE METÁLICA (BG) AMBIENTE: PORTA SE ABRINDO EM

				SOLAVANCO
CENA 10 (INT - NOITE - ESTÚDIO)	(PGA) PLANO GERAL ABERTO A ADOLESCENTE SAI DA CABINE E CORRE PELA RUA KING 'S ROAD. QUANDO A ADOLESCENTE CHEGA NA LOJA SEX, GOLPEIA O VIDRO DE SUA JANELA LATERAL ATÉ CONSEGUIR ESPAÇO PARA ENTRAR POR ELA.	RUA KING'S ROAD, EM LONDRES FACHADA DA LOJA SEX	(CG) CAIXÃO DESENHADO SOBRE O CORPO DA ADOLESCENTE	(CB) AMBIENTE: RANGIDO DOS PASSOS
CENA 11 (INT - NOITE - ESTÚDIO)	(PA) PLANO AMERICANO A ADOLESCENTE ENTRA PELA JANELA DA LOJA SEX EUFÓRICA. A ADOLESCENTE PERAMBULA PELOS CORREDORES DA LOJA SALTITANDO, TOCANDO E PROVANDO ACESSÓRIOS.	INTERIOR DA LOJA SEX VAZIA	(CG) INTERTÍTULO NARRATIVO: "CRASH" CENTRALIZADO NO MEIO DO QUADRO	
CENA 12 (INT - NOITE - ESTÚDIO)	(PM) PLANO MÉDIO NA SEX, FLASHES DE CÂMERAS FOTOGRÁFICAS COMEÇAM A SURGIR PROGRESSIVAMENTE DENTRO DA LOJA. A ADOLESCENTE TENTA SE ESQUIVAR COM AS MÃO NA FRENTE DO ROSTO.		(CG) ILUSTRAÇÃO DE PEQUENOS OLHOS DE DIVERSOS TAMANHOS ESPALHADOS POR TODO QUADRO	(BG) AMBIENTE: BURBURINHO (BG) AMBIENTE: SIRENE POLICIAL (BG) AMBIENTE: PASSOS EXPONENCIALMEN TE CHEGANDO MUITO APRESSADOS (BG) AMBIENTE: SONS DE FLASHES DE CÂMERAS FOTOGRAFICAS

CENA 13 (INT - NOITE - ESTÚDIO)	(PM) PLANO MÉDIO DENTRO DA SEX, A ADOLESCENTE SE EMBURRECE, CAMINHA EM DIREÇÃO À CÂMERA PRINCIPAL, A EMPURRA E A CHUTA - FAZENDO COM QUE ELA CAIA E SE QUEBRE. FIM.		(CG) PEQUENOS RAIOS POR TODO QUADRO	(BG) AMBIENTE: VOZES INDICANDO POSES PARA A ADOLESCENTE FIM DA TRILHA.

APÊNDICE II – ROTEIRO DECUPADO DE “MÃOS AO ALTO”

PEÇA: MÃOS AO ALTO DURAÇÃO: 00:02:00 DATA: 2021/1				
CENA	DESCRIÇÃO DA CENA	CHROMA KEY	LETTERING	TRILHA SONORA
CENA 01 (INT - DIA ESTÚDIO)	<p>(PCF) PLANO CONJUNTO FECHADO</p> <p>DE PÉ, DE FRENTE PARA UMA BANCADA ALTA, UMA MULHER DE MEIA IDADE E UMA ADOLESCENTE QUEBRAM OVOS EM UMA BACIA GRANDE PARA PREPARAREM UM BOLO.</p> <p>DURANTE O PROCESSO, ESCUTAM RÁDIO NA COZINHA E SORRIEM UMA PARA A OUTRA. ENQUANTO A MULHER SORRI FELIZ E EMPOLGADA, A ADOLESCENTE SORRI AMARELO, COM COMPAIXÃO.</p>	COZINHA COMPLETA	<p>(CG) MINI CORAÇÕES, ESTRELAS, E FLECHAS SOBRE E AO REDOR DO CORPO DOS PERSONAGENS E NOS OBJETOS PRINCIPAIS DA CENA</p> <p>(CG) CLAVES DE SOL, SEMÍNIMAS, COLCHEIAS, DUAS COLCHEIAS CONECTADAS A UM RAIOS E DUAS SEMICOLCHEIAS LIGADA A UMA TRAVE PASSEIAM POR TODO AMBIENTE.</p>	<p>FADE IN</p> <p>(BG) TRILHA: MÚSICA INSTRUMENTAL CLÁSSICA CALMA</p> <p>(BG) AMBIENTE: BARULHO DE OVOS SENDO QUEBRADOS</p>
CENA 02 (INT - DIA ESTÚDIO)	<p>(PA) PLANO AMERICANO</p> <p>APÓS QUEBRAR OS OVOS A SUA DISPOSIÇÃO, A ADOLESCENTE LIMPA AS MÃOS EM UM PANO DE PRATO E ESCUTA A RÁDIO MAIS ATENTAMENTE.</p> <p>A FACE DA ADOLESCENTE É TOMADA POR UMA CURIOSIDADE E SURPRESA IMENSA.</p>		<p>(CG) SÍMBOLOS MÚSICOS SE TORNAM AGRESSIVOS E TORTOS, ATÉ SE QUEBRAREM E SUMIREM.</p> <p>(CG) ILUSTRAÇÃO CROSSOVER DA CAPA DO ÁLBUM</p>	<p>FADE IN</p> <p>(V.O.) AMBIENTE/SOM EMITIDO PELO RÁDIO: “BRINCADEIRA TEM HORA” - LUCAS AFONSO</p> <p>FADE OUT</p>

	<p>A ADOLESCENTE SE APROXIMA LENTAMENTE DO RÁDIO ATÉ ESTAR COM SEU OUVIDO COLADO NELE.</p>		<p>DE “GOD SAVE THE QUEEN” - SEX PISTOL COM O ROSTO DE JAIR MESSIAS BOLSONARO NO CANTO INFERIOR ESQUERDO DO QUADRO.</p>	
<p>CENA 03 (INT - DIA ESTÚDIO)</p>	<p>(PCA) PLANO DE CONJUNTO ABERTO</p> <p>COMO SE A VIDA DA ADOLESCENTE SE TORNASSE UM FILME, DOIS FIGURINISTAS APARECEM APRESSADOS NA COZINHA E ACENAM COM A CABEÇA PARA A ADOLESCENTE - ELA RETRIBUI.</p> <p>OS DOIS FIGURINISTAS COLOCAM UM PROVADOR DE ROUPAS MÓVEL NO CHÃO E SOBEM EM TORNO DO CORPO DA ADOLESCENTE NA COZINHA.</p> <p>OS DOIS FIGURINISTAS ABAIXAM O PROVADOR DE ROUPAS MÓVEL NOVAMENTE E A ROUPA DA ADOLESCENTE ESTÁ TROCADA.</p>		<p>(CG) INTERTÍTULO NARRATIVO: “PURO ASSALTO” POR TODO QUADRO</p> <p>(CG) MÃO GIGANTE QUE “ESMAGA” O CORPO DA ADOLESCENTE</p> <p>(CG) MOICANO PUNK DESENHADO SOBRE A CABEÇA DA ADOLESCENTE</p> <p>(CG) ILUSTRAÇÃO DE CIGARRO ACESO SOBRE A BOCA DA ADOLESCENTE</p>	<p>FADE IN</p> <p>(BG) TRILHA: “PERSONALITY CRISIS - NEW YORK DOLLS”</p>
<p>CENA 04 (INT - DIA ESTÚDIO)</p>	<p>(PCA) PLANO DE CONJUNTO ABERTO</p> <p>APÓS A TROCA, NA COZINHA, A ADOLESCENTE INSPECIONA SUAS NOVAS VESTIMENTAS E DÁ UM SORRISO MALICIOSO.</p>		<p>(CG) SÍMBOLO ANARQUISTA POR TODO QUADRO</p> <p>(CG) DESENHOS DE</p>	

	<p>COMO “AGRADECIMENTO”, A ADOLESCENTE “DÁ O DEDO DO MEIO” E FAZ “SINAL DE BANANA PRA VOCÊ” PARA OS DOIS FIGURINISTAS QUE SAEM AFOBADOS DA COZINHA TROPEÇANDO UNS NOS OUTROS.</p> <p>A MULHER DE MEIA IDADE, AINDA ATRÁS DA BANCADA, OLHA APAVORADA PARA A ADOLESCENTE.</p> <p>A ADOLESCENTE SE APROXIMA E BEIJA A MÃO DA MULHER DE MEIA IDADE.</p>		<p>BESTIAIS POR TODO QUADRO</p> <p>(CG) CHAMAS SOBRE O CORPO DA ADOLESCENTE</p> <p>(CG) INTERTÍTULO NARRATIVO: “CONTRA TODA AUTORIDADE... EXCETO A MINHA MÃE”, NO CANTO INFERIOR ESQUERDO</p>	
<p>CENA 05 (INT - DIA - ESTÚDIO)</p>	<p>(PA) PLANO ABERTO</p> <p>A ADOLESCENTE CORRE PELO ESTÚDIO ATÉ ENCONTRAR UMA OUTRA MONTAGEM (AINDA NÃO MOSTRADA EM CENA), AMBIENTADA COMO UMA RUA DESERTA.</p> <p>NA RUA, OLHA PARA OS DOIS LADOS E ENCONTRA UM CARRO CENOGRÁFICO.</p>	<p>RUAS DESERTAS COM PRÉDIOS DESTRUÍDOS</p>	<p>(CG) ILUSTRAÇÃO DE CLAQUETE DE CINEMA POR TODO QUADRO</p> <p>(CG) ÍCONE DE REC NO CANTO SUPERIOR DIREITO</p>	
<p>CENA 06 (INT - DIA - ESTÚDIO)</p>	<p>(PM) PLANO MÉDIO</p> <p>A ADOLESCENTE ENTRA NO CARRO E COMEÇA A “DIRIGIR” MUITO MAL E EM ALTA VELOCIDADE.</p> <p>ENQUANTO DIRIGE, A ADOLESCENTE RI DEBOCHADAMENTE, DISPARA CUSPES, XINGAMENTOS E GESTOS HOSTIS PELA JANELA DO CARRO.</p>		<p>(CG) MINI CAVEIRAS E ESPADAS AO REDOR DO CARRO</p>	

<p>CENA 07 (INT - DIA - ESTÚDIO)</p>	<p>(MPP) MEIO PRIMEIRO PLANO</p> <p>A ADOLESCENTE ESTACIONA AOS SOLAVANCOS EM FRENTE AO BAR C.B.G.B.</p>	<p>FACHADA DO BAR C.B.G.B</p>	<p>(CG) DESENHO DE RATOS E BARATAS SOBRE O CHÃO</p>	<p>FADE IN</p> <p>(BG) TRILHA: "NEW ROSE - THE DAMNED"</p>
<p>CENA 08 (INT - DIA - ESTÚDIO)</p>	<p>(PM) PLANO MÉDIO</p> <p>ADOLESCENTE ENTRA NO C.B.G.B DANDO SOCOS NO AR E DANÇANDO.</p> <p>A ADOLESCENTE SOBE NO PALCO E SALTA DE COSTAS (COMO MÚSICOS NOS BRAÇOS DE UMA GRANDE PLATEIA).</p> <p>A ADOLESCENTE CAI (COM SUAS ROUPAS E CARACTERIZAÇÕES TROCADAS) NOS BRAÇOS DOS DOIS FIGURINISTAS QUE APARECEM APRESSADOS NOVAMENTE.</p> <p>A ADOLESCENTE BATE O PÉ PARA QUE OS DOIS FIGURINISTAS SAIAM DE CENA. OS DOIS FIGURINISTAS SAEM APRESSADOS.</p>	<p>INTERIOR DO BAR C.B.G.B</p>	<p>(CG) FINOS TRAÇOS DE RABISCO DANDO DESTAQUE PARA AS SUPERFÍCIES PRESENTES EM TODO QUADRO</p>	
<p>CENA 09 (INT - DIA/NOITE - ESTÚDIO)</p>	<p>(MPP) MEIO PRIMEIRO PLANO</p> <p>A ADOLESCENTE CHUTA A PORTA DO BANHEIRO DO C.B.G.B E SAI EM UMA CABINE TELEFÔNICA INGLESA.</p>	<p>CORREDOR DO C.B.G.B QUE DÁ PARA O BANHEIRO (DIA)</p> <p>RUA KING'S ROAD EM LONDRES (NOITE)</p>		<p>(BG) AMBIENTE: PASSOS ACELERADOS</p> <p>(BG) AMBIENTE: SOM DE CHUTE EM SUPERFÍCIE DE METÁLICA</p> <p>(BG) AMBIENTE: PORTA SE ABRINDO EM SOLAVANCO</p>

<p>CENA 10 (INT - NOITE - ESTÚDIO)</p>	<p>(PGA) PLANO GERAL ABERTO</p> <p>A ADOLESCENTE SAI DA CABINE E CORRE PELA RUA KING 'S ROAD.</p> <p>QUANDO A ADOLESCENTE CHEGA NA LOJA SEX, GOLPEIA O VIDRO DE SUA JANELA LATERAL ATÉ CONSEGUIR ESPAÇO PARA ENTRAR POR ELA.</p>	<p>RUA KING'S ROAD, EM LONDRES</p> <p>FACHADA DA LOJA SEX</p>	<p>(CG) CAIXÃO DESENHADO SOBRE O CORPO DA ADOLESCENTE</p>	<p>(CB) AMBIENTE: RANGIDO DOS PASSOS</p>
<p>CENA 11 (INT - NOITE - ESTÚDIO)</p>	<p>(PA) PLANO AMERICANO</p> <p>A ADOLESCENTE ENTRA PELA JANELA DA LOJA SEX EUFÓRICA.</p> <p>A ADOLESCENTE PERAMBULA PELOS CORREDORES DA LOJA SALTITANDO, TOCANDO E PROVANDO ACESSÓRIOS.</p>	<p>INTERIOR DA LOJA SEX VAZIA</p>	<p>(CG) INTERTÍTULO NARRATIVO: "CRASH" CENTRALIZADO NO MEIO DO QUADRO</p>	
<p>CENA 12 (INT - NOITE - ESTÚDIO)</p>	<p>(PM) PLANO MÉDIO</p> <p>NA SEX, FLASHES DE CÂMERAS FOTOGRÁFICAS COMEÇAM A SURGIR PROGRESSIVAMENTE DENTRO DA LOJA.</p> <p>A ADOLESCENTE TENTA SE ESQUIVAR COM AS MÃO NA FRENTE DO ROSTO.</p>		<p>(CG) ILUSTRAÇÃO DE PEQUENOS OLHOS DE DIVERSOS TAMANHOS ESPALHADOS POR TODO QUADRO</p>	<p>(BG) AMBIENTE: BURBURINHO</p> <p>(BG) AMBIENTE: SIRENE POLICIAL</p> <p>(BG) AMBIENTE: PASSOS EXPONENCIALMENTE CHEGANDO MUITO APRESSADOS</p> <p>(BG) AMBIENTE: SONS DE FLASHES DE CÂMERAS FOTOGRÁFICAS</p>

<p>CENA 13 (INT - NOITE - ESTÚDIO)</p>	<p>(PM) PLANO MÉDIO</p> <p>DENTRO DA SEX, A ADOLESCENTE SE EMBURRECE, CAMINHA EM DIREÇÃO À CÂMERA PRINCIPAL, A EMPURRA E A CHUTA - FAZENDO COM QUE ELA CAIA E SE QUEBRE.</p> <p>FIM.</p>		<p>(CG) PEQUENOS RAIOS POR TODO QUADRO</p>	<p>(BG) AMBIENTE: VOZES INDICANDO POSES PARA A ADOLESCENTE</p> <p>FIM DA TRILHA.</p>
---	---	--	--	--