



INSTITUTO LATINO-AMERICANO DE ARTE,
CULTURA E HISTÓRIA (ILAACH)

CINEMA E AUDIOVISUAL

Métodos e Processos na Direção de Arte

Uma pesquisa-ação do Projeto Editorial de Moda *Silver Fever*

ISADORA SABBI DIAS

Foz do Iguaçu
2025



INSTITUTO LATINO-AMERICANO DE ARTE,
CULTURA E HISTÓRIA (ILAACH)

CINEMA E AUDIOVISUAL

Métodos e Processos na Direção de Arte

Uma pesquisa-ação do Projeto Editorial de Moda *Silver Fever*

ISADORA SABBI DIAS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Latino-Americano de Arte, Cultura e História da Universidade Federal da Integração Latino-Americana, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Cinema e Audiovisual.

Orientador: Prof.^a Dr.^a. Camila Marques

Foz do Iguaçu
2025

ISADORA SABBI DIAS

Métodos e Processos na Direção de Arte

Uma pesquisa-ação do Projeto Editorial de Moda *Silver Fever*

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Latino-Americano de Arte, Cultura e História da Universidade Federal da Integração Latino-Americana, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Cinema e Audiovisual.

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Prof. Dra. Camila Marques
UNILA

Prof. Dr. Eduardo Dias Fonseca
UNILA

Prof. Dra. Ana Carolina Acom
UNIOESTE

Foz do Iguaçu, 10 de março 2025.

AGRADECIMENTOS

A todos os professores que já passaram pela minha jornada acadêmica, que me ensinaram com paciência, amor e dedicação, agradeço profundamente. Sem seus incentivos e torcida, eu jamais conseguiria estar seguindo minha carreira. Tive sorte de experimentar, principalmente com docentes do campo da arte, um carinho imenso e ver o amor que eles têm pelo que fazem. Isso me motiva até hoje a seguir nesta área.

Agradeço à minha família e amigos por me apoiarem durante toda a minha jornada, com palavras e ações, mesmo quando eu estava perdida, confusa ou desmotivada. Isso me faz refletir sobre a sorte que tenho em tê-los na minha vida. Eles me ensinaram a ser forte, resiliente e a persistir, dando o meu melhor. Sou muito grata também a todos os gatos por existirem, principalmente os meus. Nada me traz mais paz do que olhar para o rostinho deles.

Por fim, agradeço a todos os colegas, professores e membros da minha banca avaliadora de TCC que me ajudaram durante o processo da minha formação em Cinema e Audiovisual, e principalmente aos participantes do projeto *Silver Fever*, objeto de estudo deste trabalho de conclusão de curso, do qual eu tenho muito carinho e orgulho.

RESUMO

O presente trabalho trata-se de uma pesquisa-ação que objetiva discorrer e refletir sobre métodos e processos em direção de arte utilizando pesquisas bibliográficas nacionais para aprofundar e aprimorar a técnica. Ademais, são relacionadas as bibliografias e o projeto editorial de moda *cyberpunk Silver Fever* com as etapas de direção de arte executadas desde a sua concepção. São abordados, o trabalho coletivo e a formação de uma equipe plural. Não obstante, discorre-se sobre gambiarra e o *upcycling*, conceitos que permeiam o projeto *Silver Fever*. Como resultado, temos uma pesquisa ação que reflete tanto no campo teórico quanto prático de direção de arte trazendo metodologias de estudo e execução da área.

Palavras-chave: direção de arte; métodos; gambiarra; *cyberpunk*; *upcycling*.

ABSTRACT

This academic paper is an action-research project that aims to discuss and reflect on methods and processes in production design, using national bibliographic research to deepen and improve the technique. Furthermore, the bibliographies and the editorial project of cyberpunk fashion Silver Fever are related to each stage of production design executed since its conception. The collective work and the formation of a plural team are discussed. Nevertheless, we also discuss *gambiarra* and upcycling, concepts that permeate the Silver Fever project. As a result, we have an action-research project that reflects on both the theoretical and practical fields of production design, providing methodologies for study and execution in the area.

Keywords: production design; methods; *gambiarra*; cyberpunk; upcycling.

RESUMEN

El presente trabajo es una investigación-acción que tiene como objetivo discutir y reflexionar sobre métodos y procesos en dirección de arte utilizando investigaciones bibliográficas nacionales para profundizar y mejorar la técnica. Además, se relacionan las bibliografías y el proyecto editorial de moda *cyberpunk Silver Fever* con las etapas de dirección de arte ejecutadas desde su concepción. Se abordan el trabajo colectivo y la formación de un equipo plural. No obstante, se discute sobre *gambiarra* y el *upcycling*, conceptos que permean el proyecto *Silver Fever*. Como resultado, tenemos una investigación-acción que refleja tanto en el campo teórico como práctico de dirección de arte, aportando metodologías de estudio y ejecución del área.

Palabras clave: dirección de arte; métodos; *gambiarra*; *cyberpunk*; *upcycling*.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	8
2. O TRABALHO TÉCNICO EM DIREÇÃO DE ARTE	11
2.1 COMPETÊNCIAS DA DIREÇÃO DE ARTE	11
2.2 MÉTODOS E PROCESSOS EM DIREÇÃO DE ARTE.....	18
3. O TRABALHO CRIATIVO EM DIREÇÃO DE ARTE	30
4. EDITORIAL EXPERIMENTAL <i>SILVER FEVER</i>	39
4.1 PROJETO <i>SILVER FEVER</i>	39
4.2 PRÉ-PRODUÇÃO.....	44
4.3 PRODUÇÃO.....	66
4.4 PÓS-PRODUÇÃO.....	74
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	75
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	77
ANEXO A - FOTOGRAFIAS EXPOSIÇÃO <i>SILVER FEVER</i>.....	81
ANEXO B - REVISTA <i>SILVER FEVER</i> - PRIMEIRO <i>PHOTOSHOOT</i>	98

1. INTRODUÇÃO

Dentre as áreas que compõem o cinema e o audiovisual, a Direção de Arte assume um papel estético e imagético do que é contemplado em cena. Para ser executada com excelência, esta área passa por diversas fases de planejamento e execução que envolvem: a análise de um conceito ou narrativa; a definição de uma equipe responsável; a idealização e busca por referências de cada detalhe previsto no espaço cenográfico e na caracterização; a aquisição dos itens compositores da cena; a confecção de artigos específicos; testes; a execução de cenários além de figurinos e maquiagens; a desprodução dos artigos utilizados; a curadoria do produto final na fase de pós-produção; entre outros aspectos de produção que acompanham todos os processos.

De acordo com Hamburger (2014):

A construção de um universo físico visual coerente com a abordagem original do filme, definida com o diretor, é o objetivo do trabalho do diretor de arte. Extrapolando o chamado "padrão de beleza", o "belo" cinematográfico está ligado a criação de conflitos visuais que tornem a imagem instigante, a ponto de envolver o espectador naquilo que vê, fazendo-o acreditar na autenticidade do mundo ficcional que lhe é apresentado. (HAMBURGER, 2014, p. 19).

Podemos dizer, por conseguinte, que o campo da direção de arte é complexo e exige de seus executores muita criatividade, sensibilidade estética, organização, atenção e trabalho em equipe. Cada parte do processo, quando unido, necessita de coesão e precisão, expressando tudo o que foi previamente acordado com a direção. Segundo Elizabeth Jacob (2006), é necessária a articulação conjunta de todos na equipe para atingir o conceito plástico estimado.

Dentre as principais equipes que fazem parte da construção audiovisual nas fases de pré-produção e execução, temos a direção, produção e roteiro que ocupam o primeiro eixo, cita Krupahtz (2018). Essas funções têm o caráter mais conceitual e organizacional. Em seguida, podem-se citar as áreas de direção de fotografia, direção de arte e direção de som responsáveis pela parte visual e sonora (Krupahtz, 2018). Elas, por sua vez, exercem o trabalho técnico e artístico da obra. Cada setor e suas atribuições de funções podem sofrer modificações conforme as necessidades do projeto. Como explica Hamburger (2014) em sua pesquisa:

O caráter coletivo da obra cinematográfica coloca-nos diante de um processo

complexo e rico em sua prática. Inúmeras camadas de contribuições artísticas se entrelaçam até que a química se estabeleça. Baseado na abordagem definida pelo diretor, um longo processo é trilhado pela equipe de colaboradores. A cada fase de produção, diferentes profissionais lançam mão de suas especialidades na construção de um filme. (HAMBURGER, 2014, p.20).

Ao adentrarmos o departamento de arte, reconhecemos algumas equipes centrais, sendo elas: cenografia, figurino e caracterização. Em sua dissertação, Jacob (2006) cita algumas funções e divisões dentro desses três grupos. Os cenógrafos, aderecistas, construtores, artistas gráficos, produtores de arte estão no primeiro departamento. No segundo estão os figurinistas e costureiros e no terceiro maquiadores e cabeleireiros. Ao decorrer do capítulo dois, abordo de maneira mais aprofundada esses segmentos.

Todo projeto visual tem sua equipe de arte organizada e seccionada conforme as necessidades de cada tarefa em questão, isso faz com que cada equipe tenha suas próprias especificidades e possa se organizar de maneiras diferentes. Por esse motivo, no decorrer do próximo capítulo da pesquisa trago comparativos de como se estruturar uma equipe de direção de arte.

Essa pesquisa relaciona conhecimentos e estudos na área de cinema e audiovisual com o formato de uma obra editorial¹ experimental² de moda³, mostrando que os conhecimentos de direção de arte aplicados no audiovisual podem ser aproveitados para a execução de uma diferente proposta visual.

Partindo do caráter teórico, metodológico e processual da direção de arte, neste projeto busco realizar uma pesquisa ação que objetiva investigar e aplicar métodos e processos de trabalho que envolveram a realização de *Silver Fever*, um produto extensionista que está dentro das ações do projeto de extensão LAB&ART: estudos e experimentações em Direção de Arte, da Universidade da Integração Latino Americana, coordenado pela professora Camila Marques. *Silver Fever* é uma obra no estilo fotográfico editorial de moda experimental - na qual eu dirigi criativamente - e

¹ Um editorial de moda trata-se de um projeto gráfico visual que trabalha conceitos e tendências de moda e da cultura, visando sua publicação e difusão por meio de revistas e periódicos. (Calza, 2015)

² De acordo com Bôas (2015) a moda experimental permite que os estilistas expressem sua criatividade e ideias dentro de um conceito proposto. Ela é por vezes acompanhada por cenários, luzes, sonoplastias e *styling* que ajudam a firmar o conceito.

³ A moda de acordo com a autora Hollander (1996) é uma terminologia que se dá ao vestuário no geral, o termo não define apenas o que chamamos de alta costura, mas inclui a “anti-moda”, a “não moda” e também os acessórios utilizados por pessoas que por vezes não se consideram entendedoras do assunto.

que visou o estudo e a prática das áreas de direção de arte e fotografia por estudantes do campo de Cinema e Audiovisual.

Através de sua realização, propomos três produtos físicos que nascem do editorial de mesmo nome: uma exposição/instalação fotográfica, um catálogo em formato de revista e um *making of* audiovisual. Através da reutilização de itens tanto do Laboratório e Acervo de Direção de Arte da UNILA como materiais advindos de lixos eletrônicos, foram (re)criados figurinos, cenários, objetos cenográficos, maquiagens e acessórios a partir de produtos avariados e reciclados, criando uma estética *cyberpunk* gambiarrística com influências subculturais populares e periféricas brasileiras. Cabe salientar que o foco da presente pesquisa é refletir sobre os processos criativos e executivos em direção de arte envolvidos na realização prática do editorial.

O motivo da execução de uma pesquisa-ação se dá por esta ser uma maneira acadêmica de investigação a respeito da própria ação, onde se pode aprimorar a técnica conforme a pesquisa. Como o autor David Tripp (2005) explica:

...a pesquisa-ação como um dos inúmeros tipos de investigação-ação, que é um termo genérico para qualquer processo que siga um ciclo no qual se aprimora a prática pela oscilação sistemática entre agir no campo da prática e investigar a respeito dela. Planeja-se, implementa-se, descreve-se e avalia-se uma mudança para a melhora de sua prática, aprendendo mais, no correr do processo, tanto a respeito da prática quanto da própria investigação. (TRIPP, 2005, p. 446).

A escolha da realização deste estudo, além de ser intrínseca e de meu interesse, partiu de uma necessidade particular na área da pesquisa e do ensino de direção de arte que se justifica devido à quantidade reduzida de textos brasileiros que discorrem exclusivamente e de forma detalhada sobre os métodos e processos da referida área (Krupahtz, 2018). Assim, se mostra importante realizarmos não apenas pesquisas práticas em direção de arte, mas também pesquisas bibliográficas que sirvam como material didático capaz de orientar e inspirar outros estudantes e criadores do audiovisual.

Logo, o objetivo geral deste estudo é investigar bibliografias nacionais importantes da área da direção de arte, como as de Vera Hamburger (2014), Carolina Bassi Moura (2015), Elizabeth Motta Jacob (2006), Juliana Da Silva Krupahtz (2018), sobre métodos e processos em direção de arte e propor um caminho prático de trabalho em direção de arte através da obra interdisciplinar *Silver Fever*. Como

objetivos específicos, busco mapear obras bibliográficas que abordam a temática dos métodos e processos em direção de arte. Ademais, se objetiva abordar a temática da construção de equipes plurais e diversas trabalhando de forma coletiva e horizontal na área da direção de arte. Por fim, pretendo pôr em diálogo com a prática realizada a pesquisa de Iomana Rocha (2017) e Tamires J. Lucietti (2018) para discorrer sobre a arte da gambiarra, *upcycling* e da reciclagem como poéticas narrativas, que permearam o processo criativo do Editorial.

2. O TRABALHO TÉCNICO EM DIREÇÃO DE ARTE

2.1 COMPETÊNCIAS DA DIREÇÃO DE ARTE

Segundo as pesquisas de Moura (2015) em diálogo com as de Preston (1994), no início da história do cinema não existia o que conhecemos hoje como departamento de direção de arte. Porém, com o passar dos anos, essa função se fez necessária pela complexidade de criar um conceito visual de identidade para um filme. Dessa maneira, a idealização cênica de caracterização deixou de ser executada por carpinteiros que cuidavam dos cenários, ou pelo próprio diretor, e passou a ser atribuída a um idealizador artístico que estava à frente do projeto. Esse idealizador ficou conhecido primeiramente como *technical director*, pois seu diferencial era possuir uma experiência técnica artística.

Posteriormente, de acordo com Moura (2015), o papel do *technical director* passou a ser creditado como *production designer* e *art director*. Ao discorrer sobre as atribuições de cada uma das funções, a autora traz textos de Rizzo (2005) e salienta que o *production designer* é encarregado da visualidade conceitual da obra, enquanto o *art designer* está atrelado a execução desse conceito. Todavia, a cena cinematográfica brasileira se organiza distintamente, segundo Krupahtz (2018):

No Brasil, o termo designer de produção ainda não é comumente empregado no mercado, sendo a designação dada àquele que comanda o departamento de arte de diretor de arte. Todavia, nos Estados Unidos, o termo já é utilizado há mais de 20 anos no cinema hollywoodiano. (KRUPAHTZ, 2018, p. 40).

Abaixo, temos uma figura com tabela de comparações entre o mercado externo e interno e como a equipe de arte se articula em cada um:

Figura 1 - Tabela comparativa departamento de arte no exterior e no Brasil.

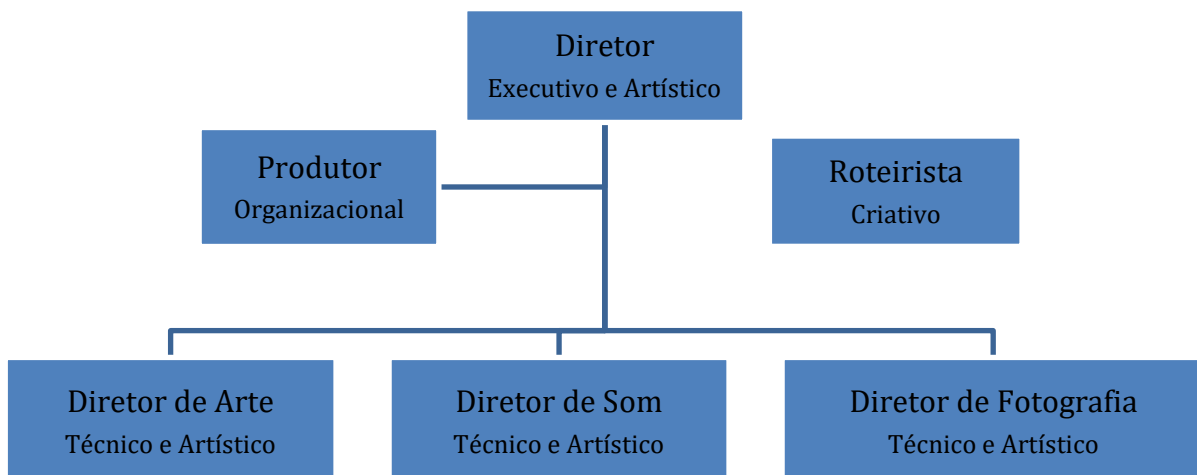
Mercado externo	Brasil
<i>Production Designer</i>	Diretor de arte
<i>Art director</i>	Assistente de direção de arte
<i>Draftsman</i> <i>Set designer</i> <i>Production illustrator</i>	Cenógrafo
<i>Set decorator</i>	Produtor de arte + Produtor de objetos
<i>Assistant set decorator</i> <i>Set dresser</i> <i>Property master</i> <i>Buyer</i>	Produtor de Objetos
<i>Construction manager</i>	Produtor de arte
<i>Scenic Artist</i>	Aderecista + Pintor de arte
<i>Location manager</i> <i>Location scout</i>	Produtor de locação
<i>Costume designer</i>	Figurista
<i>Hair & Make up</i>	Caracterização/Maquagem

Fonte: MOURA, 2015, p. 68.

Para a realização de um projeto audiovisual, é necessário que a equipe se articule a fim de criar uma unidade identitária, visual e sonora, um universo narrativo

próprio, que faça sentido entre si e cative o receptor. Dentro do núcleo principal do audiovisual, segundo Krupahtz (2018), temos as funções de roteirista, diretor e produtor. Eles são encarregados respectivamente pela concepção literária ou de conceito; coordenação e visão artística; organização, planejamento e execução da obra. Em seu segundo eixo se encontra o aspecto técnico e artístico. A direção de arte trabalha com tudo aquilo que consta visualmente na cena. Enquanto isso, a direção de som faz a captação e edição dos elementos sonoros. Por fim, a direção de fotografia se responsabiliza por enquadrar e captar as visões artísticas anteriores, formando, através dessa síncope, um só produto.

Figura 2 - Exemplo gráfico de modelo de divisão áreas dentro do audiovisual e suas competências.

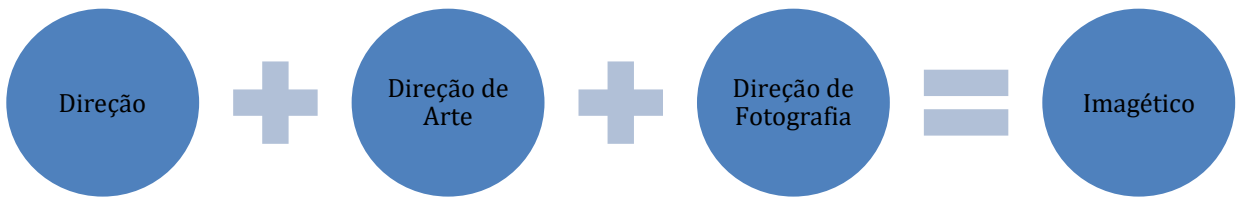


Fonte: autora, com pesquisas em KRUPAHTZ , 2018.

As principais áreas encarregadas da imagética são: a direção, a direção de fotografia e a direção de arte. Segundo estudos de Moura (2015), essas três equipes estão ligadas como um tripé, enquanto a produção as auxilia em sua base. A respeito deste assunto, a autora Moura (2015) diz:

Quando o diretor do filme entra em contato com o diretor de arte e com o diretor de fotografia, significa que ele os escolheu por suas competências artísticas, considerando-os capazes de auxiliá-lo na construção visual da narrativa. Após já terem lido o roteiro, o diretor irá passar suas impressões a respeito da história, contando-a segundo o seu olhar, o seu ponto de vista, e elucidando um pouco sobre o viés que ele pretende que seja usado: mais realista, mais fantástico, se será uma mistura dos dois, se há influências pictóricas, cinematográficas, temporais e espaciais, para além das informações já mencionadas no roteiro. (MOURA, 2015, p.42).

Figura 3 - A construção Imagética na Direção de Arte.



Fonte: autora, com base em Moura, 2015.

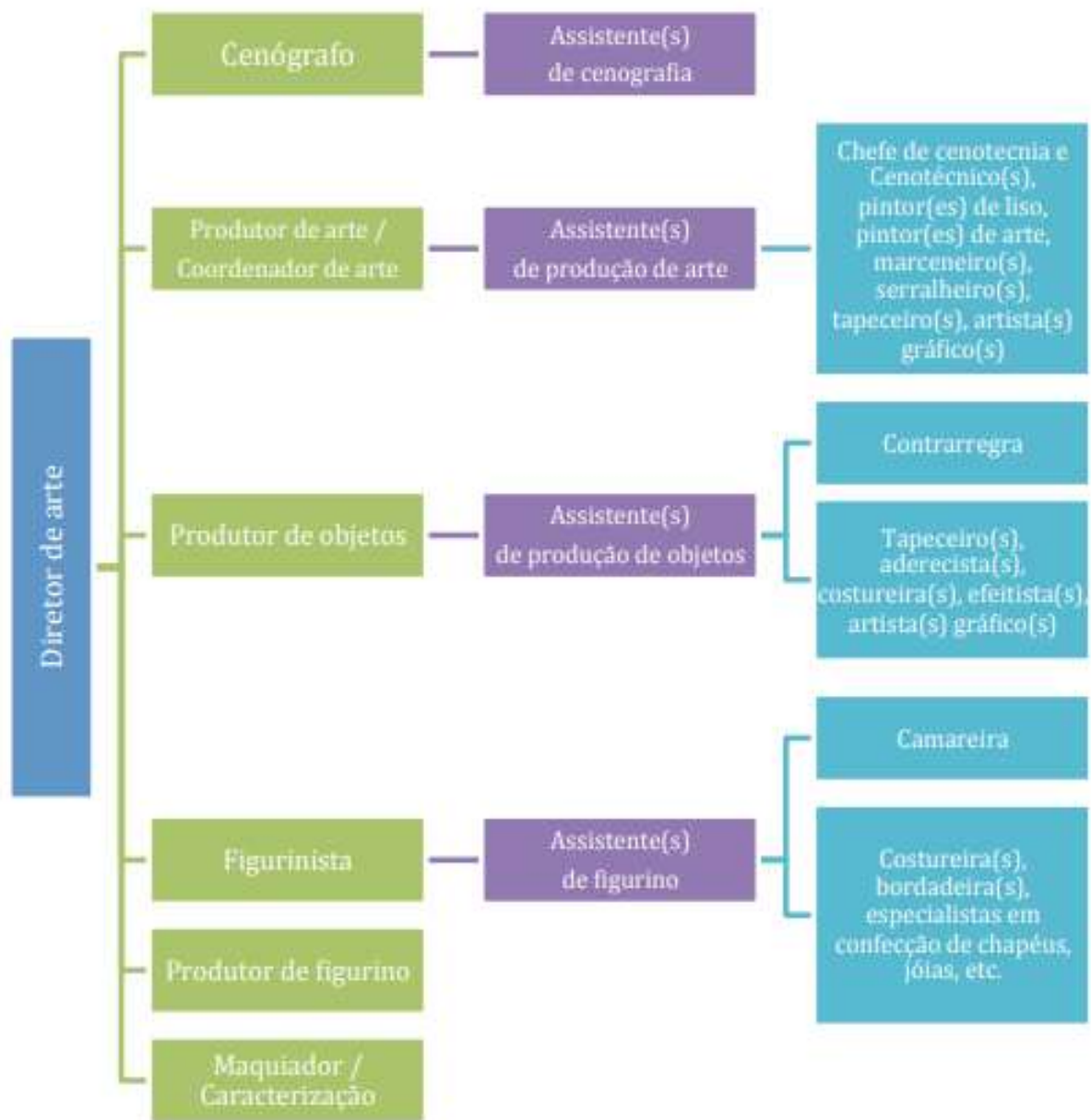
A direção de arte e a fotografia estão ligadas não somente pelas decisões de enquadramento de cenários ou caracterizações dos planos, mas também, de acordo com Moura (2015): na escolha da incidência de luz, sombras, do local ou de objetos que ela se projeta, e de transformações de paletas feitas por ela. A interferência plástica da luminância ou ausência dela precisa ser levada em consideração na construção da direção de arte. Por sua vez, a área de som e arte se entrelaçam principalmente na gravação direta, quando é necessária uma atenção sobre os sons dos itens compositores da cena (Hamburger, 2014).

Dentro da configuração estrutural de uma equipe de arte, temos pessoas que são encarregadas de diferentes funções, mas na totalidade almejam resultados em comum. Esses profissionais estão alocados dentro de três aspectos: cenografia, figurino e caracterização. Alguns deles são: cenógrafos, produtores e coordenadores de arte, produtores de objetos, figurinistas, produtores de figurino, maquiadores, cabeleireiros e assistentes especializados de cada segmento. De acordo com Hamburger (2014):

A entrada dos profissionais é escalonada de acordo com as fases de produção e os testes necessários, e o número de colaboradores em cada função e de seus assistentes é determinado pela complexidade e logística do projeto. Em filmes de baixo orçamento, é possível que o diretor de arte acumule funções, como a cenografia e até mesmo o figurino. (HAMBURGER, 2014, p. 25).

Segue abaixo um esquema que exemplifica a divisão da equipe e suas funções de acordo com Moura (2015).

Figura 4 - Divisão da equipe e suas funções.



Fonte: MOURA, 2015, pág. 48.

Em comparação com o gráfico anexado acima, podemos analisar a imagem trazida por Krupahtz (2018) - Figura 5 - sobre as divisões dentro da equipe de direção de arte. A autora realiza um gráfico de hierarquia de funções com base nos estudos de Grove (2004), gráfico esse que traz uma função a mais, a de designer de produção (*production designer*), assim como os modelos estadunidenses citados anteriormente.

Figura 5 - Organograma de Equipe, com recorte no departamento de arte.



Fonte: KRUPAHTZ, 2018, p. 46.

A cenografia é o nome dado para a área que engloba todos os itens e processos que compõem a montagem de um cenário. Dentro dessa área, um dos integrantes que está mais presente no desenvolvimento do pensamento cenográfico é o cenógrafo. De acordo com Vera Hamburger (2014), o início do trabalho de um cenógrafo se dá durante as pesquisas de referências e análises técnicas. Esse profissional ajuda na busca de diferentes locações e/ou confecção delas, nos esboços e desenhos do projeto, estuda cores, pinturas e ambientações. Algumas vezes a cenografia tem como integrante da equipe um produtor de objetos. Especializado em itens de cenografia, ele realiza a busca, captação, e, dependendo do caso, a devolução dos objetos cênicos. Para complementar a equipe e suprir as necessidades organizacionais, um coordenador de arte pode ajudar, seu papel é organizar financeira e logisticamente o setor de arte. Vera Hamburger (2014) discorre:

O coordenador de arte é outra figura essencial para a equipe. Com sua visão prática, desenvoltura nas negociações e facilidade no controle dos números, organiza os gastos e define a logística dos trabalhos de toda a equipe, tendo sempre em vista a fidelidade ao projeto e as condições de produção. É responsável, ao lado do cenógrafo e do produtor de objetos, pelo levantamento do orçamento global dos gastos, o parcelamento e a destinação das verbas previstas, assim como a compra de materiais para a construção e seu transporte. (HAMBURGER, 2014, p. 26).

Outrossim, profissionais como carpinteiros, artesãos, pintores, costureiras e

pedreiros também podem atuar no cenário. Hamburguer (2014) discorre sobre esses técnicos: “Sua colaboração envolve discussões sobre cronograma, orçamento, soluções técnicas, sugestões de materiais, e finalmente, execução da obra”.

A área de figurino é um dos pilares da direção de arte, ela é encarregada por todos os elementos que os personagens vestirão, sejam, e/ou sapatos. O figurinista, segundo Hamburger (2014), se encarrega de escolher sua equipe e organizar a logística e a produção das vestimentas. Além disso, Vera explica que ele, “por meio de ilustrações e desenhos, apresenta propostas de modelagem, tecidos e acessórios, possibilitando a discussão e a construção do repertório de vestimenta de cada personagem sobre o qual irá trabalhar” (Hamburguer, 2014, p. 27). Caso não consiga exercer a função de produção de figurino, esse profissional pode optar por contratar um profissional a parte para executá-la.

Por último, a caracterização ocupa a função de modificar, embelezar, envelhecer, rejuvenescer e atribuir detalhes característicos e que visualmente fazem sentido com a narrativa buscada. Neste setor temos maquiadores, cabeleireiros e profissionais de efeitos especiais. Para a autora Vera Hamburger (2014) o maquiador deve iniciar seu trabalho através da leitura e discussões com a equipe, ele se responsabiliza pela criação e execução das maquiagens e indica pessoas especializadas para realizar técnicas que não consegue executar, ou até mesmo para agilizar as filmagens. É importante realizar testes de maquiagem e efeitos especiais para que os resultados sejam alcançados, esses testes são organizados juntamente com a equipe de produção.

Segue abaixo uma tabela da divisão das principais áreas do departamento de arte inspirada nas pesquisas de Jacob (2006).

Figura 6 - Segmentação da Equipe de Arte.



Cenografia

Cenógrafos, Aderecistas, Construtores, Artistas Gráficos, Produtores de Arte



Figurino

Figurinistas e Costureiras



Caracterização

Maquiadores e Cabeleireiros

Fonte: autora, com pesquisa em JACOB, 2006. Fotografias de ilustração Editorial *Silver Fever*.

2.2 MÉTODOS E PROCESSOS EM DIREÇÃO DE ARTE

Podemos elencar dentro do departamento de arte algumas etapas e processos necessários para dar vida ao projeto almejado, que vão desde a pré-produção, com a primeira leitura do roteiro, até a pós-produção, com a edição do filme/produto audiovisual.

Um projeto pode ser estruturado de diversas maneiras, mas existem alguns métodos que facilitam a sua execução. Segundo Krupahtz (2018), pode-se dividir em três as principais fases de um projeto audiovisual: a pré-produção, produção e pós-produção. Segue abaixo na figura 7 o esquema gráfico presente em sua dissertação.

Figura 7 - As fases do projeto de criação.



Fonte: KRUPAHTZ, 2018, p. 37.

Durante a formação acadêmica de bacharelado no curso de Cinema e Audiovisual na Universidade da Integração Latino Americana (UNILA), os estudantes têm a oportunidade de cursar a matéria de direção de arte e entrar em contato pela primeira vez com todos os processos que norteiam os métodos criativos aplicados na área. Uma das ferramentas base que utilizamos para esse estudo e aperfeiçoamento de conhecimento é um fluxograma criado pela professora de Direção de Arte, Camila Marques. No documento gráfico, ela sugere alguns segmentos de tarefas que incluem: leitura de roteiro e briefing, decupagem de direção de arte do roteiro, análise técnica e providências de produção, pesquisa de referências e *moodboard* da direção de arte, apresentação e aprovação do diretor e/ou cliente, levantamento de orçamento de arte e conhecimento do cronograma de trabalho (além da necessidade de se pensar a equipe de arte necessária para determinado projeto, conhecer o *casting*, e participar ativamente da escolha das locações), construção do projeto de direção de arte, uma nova apresentação e aprovação do diretor e/ou cliente, e a captação dos objetos e figurinos. Esses aspectos citados no documento estão dentro da pré-produção audiovisual. Já durante a fase de produção, temos a execução das diárias no *set* e a desprodução de arte. Por último, na etapa de pós-produção é que ocorre a supervisão da montagem e finalização (principalmente a etapa de colorização) e a possibilidade de diálogo visual entre o projeto de arte e os materiais gráficos de divulgação do mesmo. Abaixo, na figura 8 e 9, encontra-se o fluxograma em sua íntegra.

Figura 8 – Fluxograma: Metodologia - Processo do trabalho em direção de arte. Demandas conceituais e técnicas.



Fonte: MARQUES, 2022.

Figura 9 – Fluxograma: Metodologia - Processo do trabalho em direção de arte. Demandas conceituais e técnicas. Parte 2.



Fonte: MARQUES, 2022.

Com base no fluxograma, figura 8 e 9, realizei o quadro 1, com as três etapas estudadas em aula e que também estão presentes nos estudos de Krupahtz (2018) (a pré-produção, produção e pós-produção), relacionando-as às tarefas/processos que necessitam ser executados em sequência. A partir disso, abordo com mais detalhes os deveres de cada fase, dialogando com demais autoras da área da direção de arte.

Quadro 1 - Etapas do audiovisual e processos de direção de arte.

Etapas	Serviço	Tarefas
Pré-Produção	Demanda Conceitual	Leitura de roteiro e <i>briefing</i>
		Decupagem de Direção de Arte do roteiro
		Análise Técnica e Providências de Produção
		Pesquisa de referências e <i>Moodboard</i> da visão da Direção de Arte
		Apresentação e aprovação Diretor e/ou Cliente
	Demanda Conceitual e Técnica	Orçamento e Cronograma (conhecer a equipe, o <i>casting</i> , e locações)
		Construção do Projeto de Direção de Arte
		Apresentação e Aprovação Diretor e/ou Cliente
Produção	Demanda Técnica	Execução das diárias no <i>Set</i>
		Desprodução
Pós-Produção	Demanda Técnica	Supervisão da montagem e finalização
		Diálogo estético entre projeto de arte e materiais gráficos de divulgação

Fonte: autora, com estudos em MARQUES, 2022.

A escritora Krupahtz (2018), sugere outro modelo de quadro, que contempla as fases já mencionadas acrescentando algumas divisões que esmiúçam o que exercer em cada competência, ademais algumas etapas se encontram em uma ordem diferente da proposta pelo fluxograma (figura 8 e 9), porém esse fato não afeta a organização geral e realização do produto. Ela secciona as colunas entre fases, etapas, atividades e tarefas no audiovisual, como se pode observar na figura 10 e 11.

Figura 10 - Sistematização de atividades, tarefas e documentos necessários para realização do

projeto audiovisual, fase de pré-produção.

FASES	ETAPAS	ATIVIDADES	TAREFAS NO AUDIOVISUAL	
P R É - P R O D U Ç Ã O	PROBLEMATIZAÇÃO	EXPOSIÇÃO DO PROBLEMA PROGRAMA CONTRATO	RECEBER ARGUMENTO E ROTEIRO DECUPAR, PLANEJAR CRONOGRAMA E EQUIPE	
	COMPR. DO PROJETO	PESQUISA	DIACRÔNICA & SINCRÔNICA ASPECTOS MERCADOLÓGICOS	PROCURAR REFERÊNCIAS, TEMA/ASSUNTO, HISTÓRIA INVESTIGAR PÚBLICO E MEIOS DE DIVULGAÇÃO
		ANÁLISE	FUNÇÃO UTILITÁRIA/NECESSIDADE USO/FUNÇÕES TÉCNICO-FÍSICAS ESTRUTURAS/MATERIAIS E PROCESSOS PRODUTIVOS/CUSTOS FORMAL E INFORMACIONAL	ANALISAR COR, PERSONAGENS, FIGURINO, LOCAÇÕES, OBJETOS, DESIGN GRÁFICO, MATERIAL DE DIVULGAÇÃO
	CONFIG. DO PROJETO	DEFINIÇÃO	LISTA DE REQUISITOS HIERARQUIA DOS FATORES PROJETUAIS REDEFINIÇÃO DO PROBLEMA	DEFINIR OBRIGATÓRIOS, DESEJÁVEIS, OPCIONAIS ESBOÇAR COM TEXTOS, ESQUEMAS E DIAGRAMAS DESENHAR STORYBOARD
		MODELAÇÃO INICIAL	RASTREIO MODELOS INICIAIS/ INTERMEDIÁRIOS	PROCURAR LOCAÇÕES, FIGURINO, OBJETOS, ELENCO REALIZAR APRESENTAÇÃO INICIAL
	REALIZAÇÃO DO PROJETO	MODELAÇÃO FINAL	MODELOS FINAIS	GRAVAR ANIMATIC
NORMATIZAÇÃO		CODIFICAÇÃO PARA PRODUÇÃO DESCRIÇÃO TÉCNICA DE PRODUÇÃO	REALIZAR APRESENTAÇÃO FINAL ENCAMINHAR PARA COMPRA/ PRODUÇÃO DE ARTE	

Fonte: KRUPAHTZ, 2018, p. 52.

Figura 11 - Sistematização de atividades, tarefas e documentos necessários para realização do projeto audiovisual, fase de produção e pós-produção.

FASES	ETAPAS	ATIVIDADES	TAREFAS
PRODUÇÃO	FILMAGEM	VERIFICAÇÃO	CHECAR A PARTIR DA DECUPAGEM DE PRODUÇÃO, NECESSIDADES DA ORDEM DO DIA
		ORGANIZAÇÃO DE DESPESAS	RELATAR DESPESAS E ARMAZENAR NOTAS FISCAIS
		LIBERAÇÃO DA LOCAÇÃO	ENTREGAR LOCAÇÕES LIMPAS E NO MESMO ESTADO EM QUE SE ENCONTRAVAM INICIALMENTE
	DESPRODUÇÃO	DEVOLUÇÃO	DEVOLVER TODOS ITENS E ROUPAS ALUGADOS OU EMPRESTADOS
		ARMAZENAMENTO	ARMAZENAR ITENS COMPRADOS
PÓS-PRODUÇÃO	FINALIZAÇÃO	MONTAGEM SONORIZAÇÃO	SINCRONIZAR MÚSICA, RUÍDOS E DIÁLOGOS, MIXAGEM
		EFEITOS VISUAIS COLORIZAÇÃO RENDERIZAÇÃO	FAZER CÓPIA O E CÓPIAS DE DISTRIBUIÇÃO

Fonte: KRUPAHTZ, 2018, p. 56.

Para iniciar a fase de pré-produção, é essencial ocorrer uma reunião com os idealizadores do projeto. Conforme a autora Vera Hamburger (2014):

Com o roteiro pronto e o grupo de trabalho reunido, formado por produtor executivo, diretor, fotógrafo, diretor de arte, captador sonoro, diretor de produção e assistentes essenciais, inicia-se a etapa de "pre-paração", que compreende leitura e discussão do roteiro, pesquisa específica de cada departamento, busca de locações e escolha do elenco. (HAMBURGER, 2014, p.23).

Após esse primeiro contato dos coordenadores de equipe com o material *script* e a realização do *brainstorm* de ideias, segundo Hamburger (2014), consecutivamente ocorrem discussões a respeito das condições da produção do projeto e argumentos de como a área em questão irá operar no decorrer da concepção do produto audiovisual na totalidade. Além disso, cada diretor elenca as funções indispensáveis dentro da sua área e realiza convites de participação para as vagas dos demais integrantes do seu time, buscando idealizadores e assistentes. Estes são selecionados conforme sua capacitação e portfólios artísticos.

Para ter uma boa noção de tudo que necessita estar visível em cena, é

importante realizar a decupagem de arte. A decupagem no geral é um documento que pode ser feito por todas as áreas e visa uma melhor compreensão do conteúdo do roteiro. No caso da decupagem de arte, há anotação e listagem de todos os itens de cenários e caracterização já escritos pelo roteirista e apontados pelo diretor. Através dessas indicações, fica mais claro o que precisa ser obrigatoriamente executado. Moura (2015) acentua:

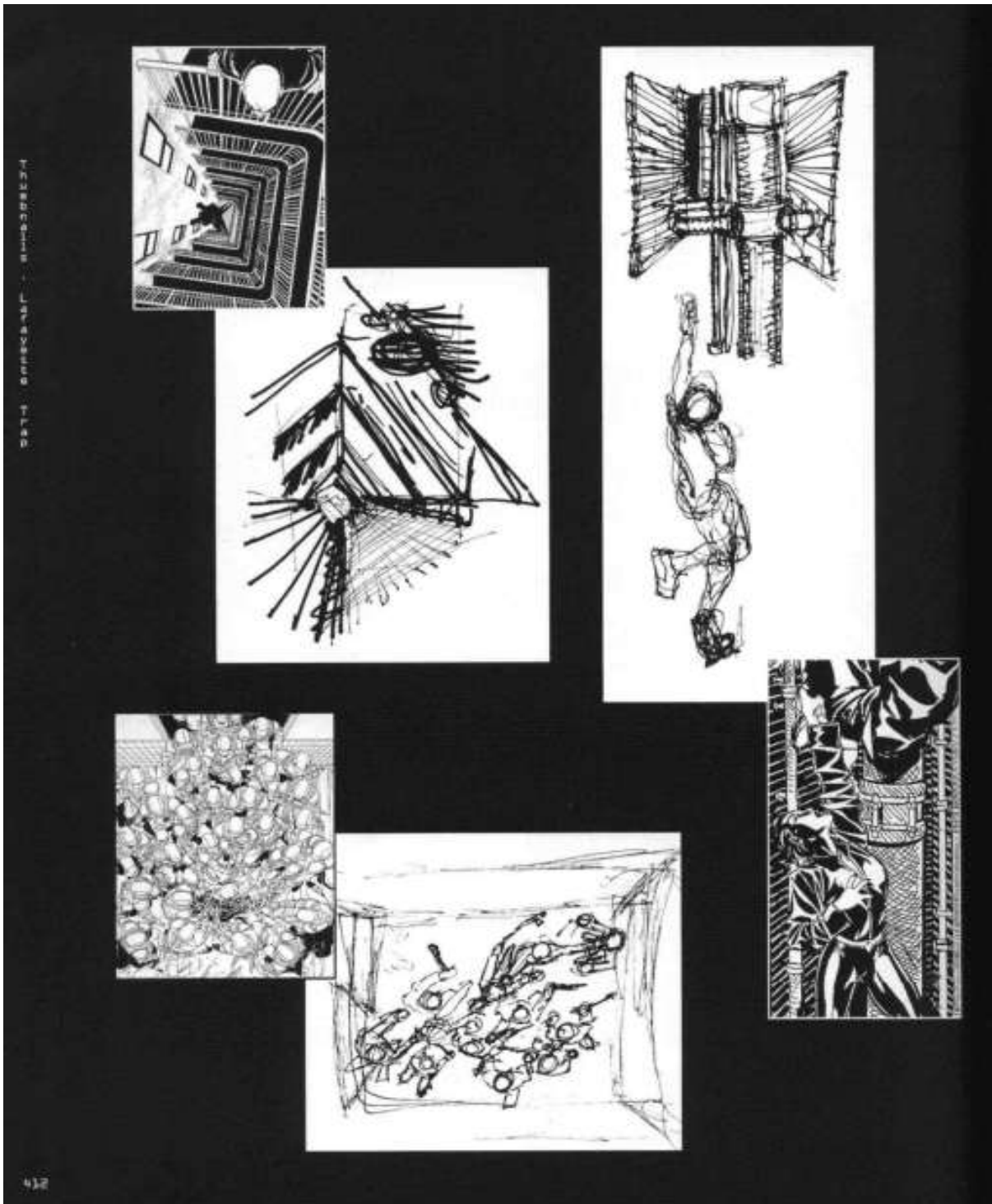
Por isso, é importante que cada profissional tenha feito uma decupagem mais aprofundada até esta ocasião, na qual se checam todas as opções dadas pelo roteiro sobre determinado espaço, ação, personagens... São detalhes explícitos no roteiro, que serão exigidos. Mas há também aqueles detalhes subentendidos nas entrelinhas do texto, que podem ser imaginados pela equipe, aquelas margens de criação que devem ser muito bem aproveitadas, mas devem ser checadas, neste momento, para saber se são desejadas daquela forma que se está imaginando. (MOURA, 2015, p.49).

Ao finalizar a decupagem, uma análise técnica é feita para organizar em tabelas ou listas tudo que precisa ser realizado e captado. De acordo com Krupahtz (2018), o documento mencionado facilita a preparação e a supervisão do departamento de produção e arte, deixando o processo mais eficiente, dimensionando o quão complexo é o projeto. Moura (2015) aborda a análise técnica da seguinte forma:

Após elencar todos os elementos que podem figurar em cada um dos ambientes de todos os cenários, e todos os *props* de cada um dos personagens, coloca-se tudo isto em uma planilha, separando por cenário e por ambiente. Sugere-se que se faça isso, pois este procedimento facilita a organização das buscas na fase de pesquisa e também na organização de um "orçamento aberto". Nele, coloca-se o valor pesquisado para cada item da decoração, quantidades, e pode-se ter uma ideia do custo final de cada ambiente e de cada cenário, dando uma ideia precisa de qual cenário está custando mais caro e porquê. (MOURA, 2015, p.59).

A pesquisa de arte vem em sequência, através dela é que o diretor e os demais integrantes da equipe conseguem referências para transmitir o conceito e/ou o roteiro idealizado em imagens. Durante a pesquisa, se inicia a construção de um *moodboard* artístico com esboços e compilados de referências imagéticas. Um *moodboard* é o documento que contempla todo o mapeamento de cenários e de personagens com esboços e imagens do que se pode realizar visualmente e qual a estética buscada pela equipe. Após essa fase, a execução artística fica mais prática. A seguir temos alguns exemplos de imagens de concepção visual, trata-se de *sketches* e desenhos vindos do *Artbook* do filme Matrix (2001). Ademais, uma imagem de comparação com a cena gravada no filme.

Figura 12 - Sketches filme Matrix (2001).



Fonte: WACHOWSKI, 2000. p. 412.

Figura 14 - Comparação sketch e execução.



Fonte: WACHOWSKI, 2000, p. 464.

Seguido da fase conceitual e de muita pesquisa referencial, o diretor de arte apresenta suas ideias ao diretor, e/ou cliente. Com a avaliação desses supervisores e a aprovação ou não das ideias, o diretor de arte segue e ajusta o necessário. Em sua tese, Moura (2015) explica:

Nessa reunião, o diretor de arte irá apresentar a eles sua pesquisa de referência, que pode abranger recortes de revista, jornais, materiais de arquivo, filmes de ficção e documentários e/ou os primeiros esboços representativos da visualidade que ele está construindo mentalmente. (MOURA, 2015, p.49).

Para Hamburger (2014, p. 23), “A confirmação do projeto pela direção e pela produção geral dá o sinal verde para o início de sua execução. Cenotécnicos, pintores e aderecistas são contratados, assim como costureiras, artesãos e demais especialistas necessários”.

Consoante a organização proposta por Marques (2022) na figura 8 e 9, após a aprovação do projeto conceitual, o trabalho começa a ser mais técnico, mediante pesquisas junto ao setor de produção são definidos as locações e o elenco. A autora Vera Hamburger (2014) reflete que, no momento em que se seleciona o elenco e as

locações que compõem o roteiro, pode-se ter mais clareza de como seguir com a idealização e com o pensamento cenográfico e de caracterização. Dessa maneira, as áreas dentro do departamento de direção de arte começam a se articular para projetar além do *moodboard/artbook*. Através deste planejamento é que se pode realizar os orçamentos e cronogramas que são fechados juntamente com a equipe de produção. A equipe então inicia as suas demandas técnicas, conserta e adapta cenários, planeja e obtém objetos de cena, adquire itens de figurino e acessórios, além de realizar esboços e testes de maquiagem dos personagens e de possíveis efeitos especiais.

De acordo com Hamburger (2014), o coordenador de arte se responsabiliza juntamente com produtor de objetos e o cenógrafo: “pelo levantamento do orçamento global dos gastos, o parcelamento e a destinação das verbas previstas, assim como a compra de materiais para a construção e seu transporte” (Hamburger, 2014, p. 26). Através da busca por objetos de cena realizados por esses profissionais, temos por resultado um número grande de itens que necessitam de controle contínuo e registros em inventários. Por meio desses documentos é que se pode ter controle do que foi emprestado, alugado, ou comprado e para onde esse objeto deve ir após a realização das gravações.

Segundo Moura (2015) a pessoa encarregada da direção de arte realiza inúmeras funções durante a pré-produção, ela se envolve com todos os segmentos dentro de sua própria equipe, aprova locações, cenários, figurinos, objetos, caracterizações, realiza ajustes se necessário, cria soluções para problemas e participa de reuniões gerais com outros líderes de equipe. Os assistentes e demais idealizadores de arte devem funcionar como uma extensão do diretor de arte executando suas tarefas conforme a visão traçada para aquela realização plástica.

Através das pesquisas, captações e documentos é que se compõe o próximo passo, chamado projeto de direção de arte. Este projeto contém todos os documentos produzidos pela área além do conteúdo de seu *moodboard/artbook*. Ele é completado por suas referências visuais, paletas, texturas, figurinos, objetos, caracterizações, locações, elenco, esquemas de cenários, e estimativas de orçamento. Conforme o fluxograma de Marques (2022), figura 8 e 9, esse projeto deve passar novamente pela aprovação do diretor e/ou cliente. Quando aprovado, tudo se encaminha para a próxima etapa.

Durante os dias de execução prática do produto idealizado, ou seja, a fase de produção, é necessário que a equipe de arte se articule cumprindo com suas funções

a fim de deixar o diretor de arte pronto para atender as necessidades do diretor em set. Em conclusão cada integrante deve exercer sua função de maneira a não sobrecarregar o diretor da área possibilitando que ele esteja presente na observação de cada enquadramento (Hamburger, 2014). Nesta etapa, são concluídos os cenários, executados os figurinos e também as maquiagens previstas no projeto. Ao final da etapa de produção, a desprodução de itens de cada área deve ser realizada.

Para a finalização de um produto audiovisual, é necessário que ele passe pela curadoria e edição de um montador. De acordo com Hamburger (2014) a edição audiovisual se encontra em grandes mudanças em decorrência das tecnologias digitais que durante a finalização podem interferir com grande potência no material já captado. A pós-produção exige em alguns casos - não frequentemente no Brasil - que o diretor de arte esteja presente para a escolha e definição de planos, ou para o acompanhamento desses efeitos especiais realizados de maneira digital. A autora Hamburger (2014) conclui:

Com o manuseio dos botões, tornam-se possíveis procedimentos como o reenquadramento da cena, a criação virtual de cenários ou de elementos cênicos complementares, a sofisticação de efeitos especiais, além de modificações substanciais no que se refere a cores e luzes. No entanto, numa situação a ser revista, a participação do diretor de arte nessa etapa ainda não é uma prática adotada pelas produções nacionais. Coloristas, modelistas de 3D e especialistas em efeitos digitais seguem a orientação do diretor e do fotógrafo, muitas vezes com forte interferência no trabalho anteriormente concebido (HAMBURGER, 2014, p. 24).

Ao entrarmos em contato com todos esses conceitos, metodologias e etapas, é possível compreender o quanto a pesquisa e execução na área de direção de arte é complexa e detalhada. Sem esses processos não existe uma execução coesa e o profissional pode encontrar dificuldade em alcançar a visualidade almejada.

A seguir, apresento sobre as principais referências conceituais que norteiam o trabalho criativo do projeto visual *Silver Fever*.

3. O TRABALHO CRIATIVO EM DIREÇÃO DE ARTE

Com o intuito de detalhar o processo realizado na direção de arte do projeto editorial de moda experimental *Silver Fever*, discorro neste capítulo sobre as decisões criativas e conceituais que o permeiam, sendo elas: a estética da moda *cyberpunk* que compõe a sua base, a gambiarra, o *upcycling*, e alguns signos periféricos e

populares brasileiros.

A estética *cyberpunk* trata-se de uma subcultura dentro da literatura ficcional que mistura o imaginário futurista com itens *cyber* culturais e o estilo gótico *punk*⁴. Ela ocorre em ambientes pós-apocalípticos de livros, filmes, séries, jogos, animes, com personagens que lidam com formas de opressão e uma dominação tecnológica.

Alguns exemplos são os livros *Neuromancer* (1984) de William Gibson e *The Peripheral* (2014) do mesmo autor, os filmes *Matrix* (1999) de Lana Wachowski e Lilly Wachowski e *Blade Runner* (1982) de Ridley Scott, as séries como *The Mandalorian* (2019) de Jon Favreau e *Arcane* (2021) de Christian Linke e Alex Yee, os jogos como *Cyberpunk 2077* (2020) da CD *Projekt Red* e *Stray* (2022) da *BlueTwelve Studio*, animes como o filme *Akira* (1988) Katsuhiro Otomo e *Ghost in the Shell* (1995) de Mamoru Oshii, entre outros.

Visando a melhor compreensão do conceito, Lemos (2005) explica:

O termo *cyberpunk* aparece para designar um movimento literário no gênero da ficção científica, nos Estados Unidos, unindo altas tecnologias e caos urbano, sendo considerado como uma narrativa tipicamente pós-moderna. O termo passou a ser usado, também, para designar os ciber-rebeldes, o *underground* da informática, com os *hackers*, *crackers*, *phreakers*, *cyberpunks*, *otakus*, *zippies*. Esses seriam os *cyberpunks* reais. Assim, o termo *cyberpunk* é, ao mesmo tempo, emblema de uma corrente da ficção científica e marca dos personagens do submundo da informática. (LE MOS, 2005, p.12)

Para construir personagens e cenários de um mundo *cyberpunk* é necessário entender que o movimento possui uma carga de ficção futurista e distópica, criada para evidenciar a força da cibercultura e um declínio hipotético de uma humanidade que colocou sua esperança inteiramente no desenvolvimento tecnológico. De acordo com Lemos (2005):

A ficção *cyberpunk* ambienta-se em um futuro próximo, distópico, no qual a tecnologia foi tomada pelas ruas, se desvirtuou da *one best way* e não resolveu nenhum dos problemas sociais que prometia, sendo, assim, o contrário da utopia moderna. Para a modernidade, a ciência e a tecnologia seriam os principais fatores de melhoria das condições de existência da humanidade. Não deu certo. O futurismo da tecnocultura moderna transformou-se no presenteísmo da cibercultura pós moderna. As histórias *cyberpunks* falavam de indivíduos marginalizados em ambientes culturais de alta tecnologia e caos urbano, daí a origem do nome, colocando em sinergia

⁴ O estilo *punk* surgiu nos anos 1970, e foi uma resposta dos jovens para com a indústria que não os empregava. Ficando marginalizados em relação a moda vigente, eles criaram uma visualidade rebelde e de protesto, uma anti-moda. Se vestiam e confeccionavam roupas com visual destruído e sujo. (DE CASTRO et al, 2019, p. 172)

cyber, de máquinas cibernéticas; tecnologia de computadores, meios de comunicação de massa, implantes neurais, etc., e *punk*, da atitude “faça você mesmo” do movimento *punk* inglês da década de 70 do século passado. (LEMOS, 2005, p. 12)

Com o tempo, essa visão marcante do futuro não se prendeu às telas e páginas, mas transbordou para a moda, influenciando tanto os designers de grandes marcas quanto o estilo de rua com seu tipo peculiar de estética distópica e tecnológica.

Para entendermos a moda *cyberpunk* também precisamos de uma compreensão inicial sobre o conceito de moda. Na tentativa de definir a palavra moda, a autora Hollander (1996) trouxe em seus estudos que este termo se dá ao vestuário no geral, e ele não define apenas o que chamamos de alta costura, mas inclui a “anti-moda”, a “não moda” e também os acessórios e roupas utilizados por pessoas que por vezes não se consideram entendedoras do assunto. A “anti-moda” é trazida nos textos de Gianne Zaramella Rocha (2017) e é definida como estilos de se apresentar, adornar e vestir que pertencem a um grupo social considerado subversivo e que contrastam com a moda vigente. Já a “não moda” segundo Eduardo Vilas Bôas (2015) refere-se as vestimentas que se submetem a uma cultura ou religião e estão ligadas a tradições que não se alteram constantemente em detrimento da indústria da moda.

O *cyberpunk* tem sua estética recheada de itens subversivos, periféricos e gambiarrísticos, uma verdadeira anti-moda liderada por personagens que veem o mundo de maneira solitária e cínica. Segundo a autora Amaral (2005), o estilo de vestir dessa estética possui algumas variações⁵ optando por roupas que remetem ao futurismo e cores escuras, visual carregado de peças de metal, chips de computador, e materiais mais sintéticos como lycra, vinil, borracha. O couro também é bastante presente em casacos, jaquetas e botas. As extensões de cabelo também aparecem com frequência.

Além disso, o *cyberpunk* passou também a ser associado com cores neon, sobreposições de roupas, estilos de cabelo *punk* e acessórios como máscaras de proteção, óculos, e luvas que evidenciam a estética de uma tecnologia em um mundo em ruínas. A figura abaixo exemplifica um pouco da estética *punk* que posteriormente influenciou significativamente o estilo *cyberpunk*.

Figura 15 - Banda Sex Pistols posando com criações de Vivienne Westwood a precursora do *punk*.

⁵ *Punk*, Gótico, *Clubber* /*Raver*, Industrial, *Hackers* (AMARAL, 2005, p.19). Ademais, o *Streetwear* e *Techwear* atualmente são grandes referências de estilo *cyberpunk*.



Fonte: Reprodução da Internet.

Em sua publicação, Santhana (2022) discorre sobre o trabalho da estilista Kym Barrett, responsável pelos figurinos de *Matrix* (1999), a autora ressalta que para criar o visual futurista a estilista fez o uso de tons sombrios, espartilhos de verniz, tecidos de couro, casacos longos, botas coturno e micro óculos de sol, fazendo com que todos que já assistiram o longa guardassem na memória a sua estética *cyberpunk*.

Figura 16 – Imagens dos figurinos do filme *Matrix*.



Fonte: Filme: *Matrix* (1999).

A seguir apresento imagens do desfile de moda da marca Dior de 1999, realizado logo após o lançamento de *Matrix* (1999). Esse desfile da marca de luxo

ajudou a fortalecer o imaginário *cyberpunk* e futurista da época. Como podemos ver, essa coleção fez o uso peças em tecidos de couro, sobreposições, cores escuras e cores vibrantes, acessórios com fivelas e correntes, botas de verniz, maquiagens pesadas no estilo *punk* com formas geométricas que remetem ao futuro, entre outros.

Figura 17- Desfile de Moda Dior A/W 1999.



Fonte: *Vogue – Runway*.

A partir dos anos 2000, a cantora Lady Gaga foi uma das principais artistas pop a utilizar a moda *cyberpunk* e futurista para elevar seu trabalho estético e musical, fazendo com que cada uma de suas “eras” trouxesse de alguma maneira esses elementos. Abaixo trago imagens do trabalho visual feito em cima da imagem da artista.

Figura 18 – Eras musicais da artista *pop* Lady Gaga: *The Fame* (2008), *Born This Way* (2011), *ArtPop* (2013), *Chromatica* (2020), *Disease* (2024).



Fonte: Reprodução da Internet.

Nas imagens da próxima figura, apresento exemplos de como a moda *cyberpunk* está inserida em peças do cotidiano dentro dos estilos *Techwear* e *Streetwear*.

Figura 19 – Roupas *Techwear* da coleção da marca URBXN.1, moda de rua.



Fonte: Loja URBXN.1.

Em um projeto visual de pequeno porte, o pensamento inventivo pode-se aflorar, e soluções criativas podem ser tomadas para a resolução de problemas enfrentados durante a sua produção. Dessa maneira, como cita Iomana Rocha (2017) os artefatos gambiarrísticos se tornam um caminho interessante tanto para o diretor quanto para a equipe de arte, fazendo possível comunicar as ideias de maneira poética, criativa e funcional em meio a poucos recursos de tempo, pessoas e orçamento.

Pode-se dizer que o termo gambiarra está associado a uma certa inventividade e criatividade. Segundo a autora Iomana Rocha (2017):

A prática da gambiarra envolve sempre uma intervenção alternativa, o que também poderia ser definido como uma reapropriação material: uma maneira de usar ou constituir artefatos, através de uma atitude de diferenciação, improvisação, adaptação, ajuste, transformação ou adequação necessária sobre um recurso material disponível, muitas vezes com o objetivo de solucionar uma necessidade específica. (ROCHA, 2017, p. 62)

O cinema, a direção de arte e a gambiarra andam juntos desde seu princípio. De acordo com Iomana Rocha (2017), fazer uma gambiarra é como criar um novo design a partir de um produto existente. A autora ainda salienta que “a questão da gambiarra

envolve temas como o desenho de artefatos, o resgate da função social do design, a problemática do lixo, o contexto das idiosincrasias e das necessidades específicas, bem como a identidade da cultura material brasileira” (ROCHA. 2017, p. 62).

No Brasil, o ato de realizar a gambiarra é visto como cultura popular. Na visão de Iomana Rocha (2017), o “jeitinho brasileiro” é só mais um sinônimo para a ação de resolver um problema de forma criativa (gambiarrística), e/ou para o ato de burlar uma regra estabelecida utilizando suas habilidades. É importante salientar, porém, que a decisão criativa de utilizar a gambiarra no projeto estudado, não foi por sua vez tomada por uma necessidade logística ou financeira, mas sim por uma necessidade estilística de conceito, afinal, a gambiarra se encaixa dentro do conceito *cyberpunk*.

O *Silver Fever*, desde suas primeiras reuniões de concepção, foi um projeto construído em cima do conceito de gambiarra e reciclagem, com cenários que exigiam peças pós-apocalípticas e tecnológicas na sua concepção visual. Quando falamos sobre vestimentas e moda utilizando de princípios gambiarrísticos podemos nos deparar com o conceito de *upcycling*, técnica escolhida para a criação dos figurinos do projeto, que resultou em transformações de peças de roupas que encaixaram perfeitamente no tema proposto. Consoante a autora Lucietti (2018) a produção e o consumismo desenfreado de roupas *fast fashion*⁶ e a atuação descuidada da indústria têxtil prejudicou de maneira significativa o meio ambiente, gerando impactos quase irreversíveis. Dessa forma, soluções foram estudadas para que o reaproveitamento de matéria e a redução de danos possam ser alcançados. A autora expõe:

Diante desta preocupação com o futuro do planeta, surgem várias iniciativas que, de alguma forma, visam minimizar os problemas ambientais. Uma delas é o *upcycling*, um processo de reinserir materiais que seriam descartados, transformando-os em um novo produto, com uma mesma ou nova função; porém, sem passar por nenhum tipo de processo químico. (LUCIETTI, 2018, p.5)

Porém, é importante salientar que a técnica de customização e *upcycling* não se restringe apenas a uma questão sustentável e ambiental. Ela reflete a vivência de muitas pessoas que utilizam a técnica citada para o ato de vestir e de se expressar através da moda. Para o autor Alves (2024), é de extrema importância reconhecer o

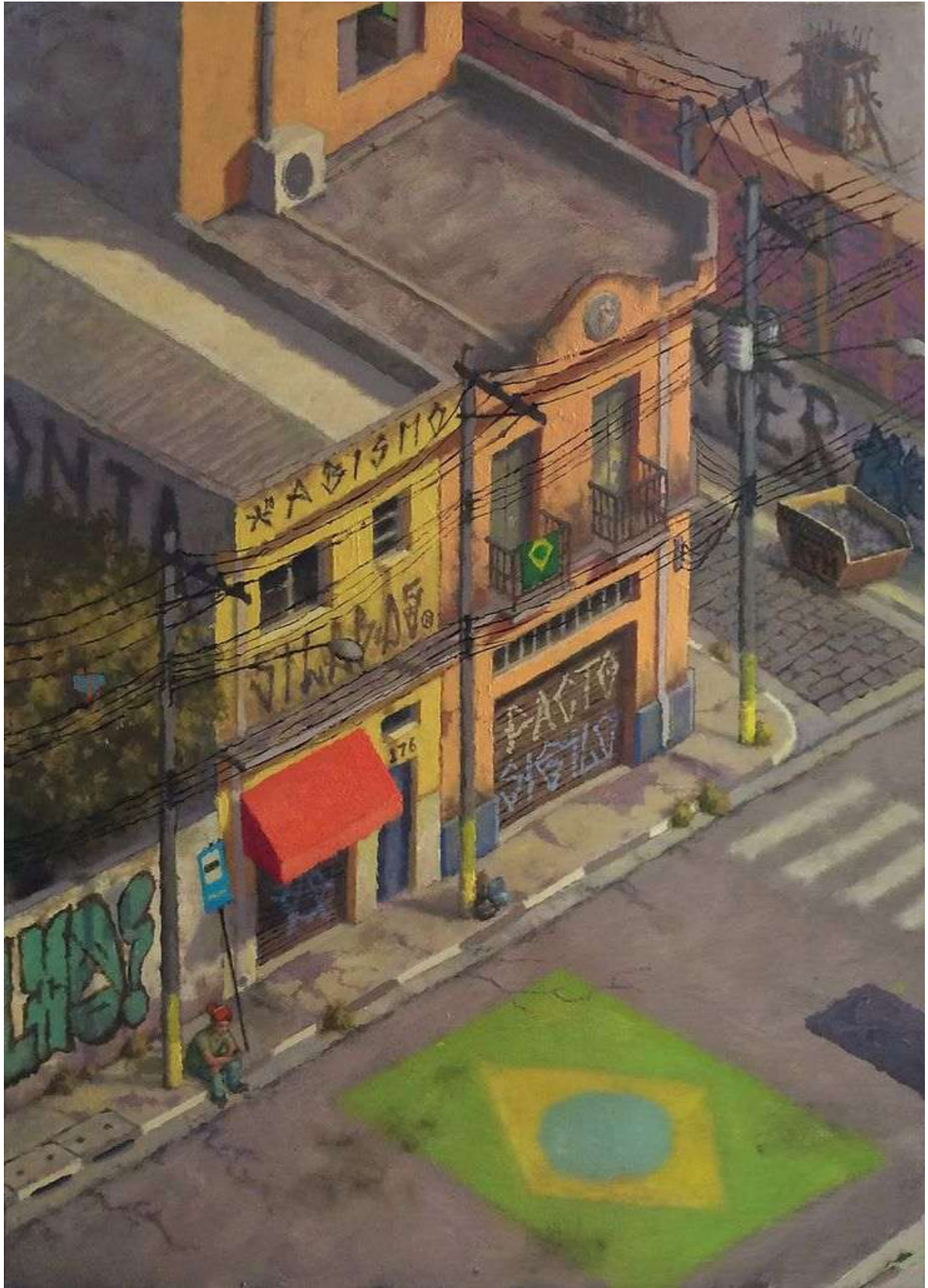
⁶ Com origem no final dos anos 1990, esse é um termo usado pelo setor midiático para descrever mudanças rápidas no setor da moda, que sobrecarregam a demanda dos recursos naturais, exigem o consumo exagerado de matéria-prima, energia e água, e aumentam a quantidade de resíduos produzidos. (LUCIETTI, 2018, p. 3)

valor do *upcycling* tanto no âmbito da sustentabilidade quanto no quesito de expressão sociocultural, pois ela ultrapassa as barreiras geográficas e socioeconômicas.

No decorrer do processo de delimitação da estética do editorial experimental *Silver Fever*, alguns símbolos da cultura popular e periférica brasileira foram adicionados a fim de enriquecer em detalhes e criar uma imagem *cyberpunk* mais próxima a nossa realidade. Signos populares e periféricos brasileiros, como pichações, gambiarras de fios e de itens utilitários, itens de crochê, tecidos jeans, cadeiras de plástico de bar, óculos Juliet, filtro de barro, camiseta de time, as cores da bandeira brasileira, entre outros, incorporaram a estética do editorial.

Nas próximas figuras, apresento artistas que tiveram um pensamento estético em relação ao Brasil que se aproximam das referências propostas no editorial *Silver Fever* trazendo principalmente a periferia do sudeste brasileiro como referência.

Figura 20 - Pintura de uma paisagem periférica brasileira feita por Rodrigo Yudi Honda - Feriado Nacional (2018) óleo sobre tela.



Fonte: @ rodrigoyudihonda no Instagram.

Figura 21 – Ilustrações do designer Rxbisco no estilo *Comic* inspirados na estética periférica do Rio de Janeiro. “Deus ajuda quem cedo madruga”, “paz terrível”, “no feitiço da noite” da série *Hell* de

Janeiro (2021-2022).



Fonte: @ rxbisco.rx no Instagram.

Figura 22 – Cantora Anitta trazendo em seus trabalhos audiovisuais elementos da estética “cria” e do estilo musical *funk* brasileiro, originários da periferia.



Fonte: Vídeo Clipes: Bola Rebola (2019), *Double Team* (2024), *Funk Rave* (2024) e *Romeo* (2025).

No decorrer do próximo capítulo, apresentarei sobre o projeto *Silver Fever* e suas principais fases de execução.

4. EDITORIAL EXPERIMENTAL SILVER FEVER

4.1 PROJETO SILVER FEVER

O ponto inicial de criação deste projeto surgiu a partir de um desejo meu em trabalhar a direção de arte nos seus mínimos detalhes, com calma, atenção e preparo. Muitas vezes, nós estudantes de Cinema e Audiovisual não temos tempo de exercer um olhar tão detalhista em projetos audiovisuais da Universidade por conta de prazos curtos dentro das matérias e semestres com sobrecarga de trabalhos para entrega. O meu objetivo então, era envolver um número grande de pessoas, para que assim não ocorressem sobrecargas dentro de cada segmento da equipe.

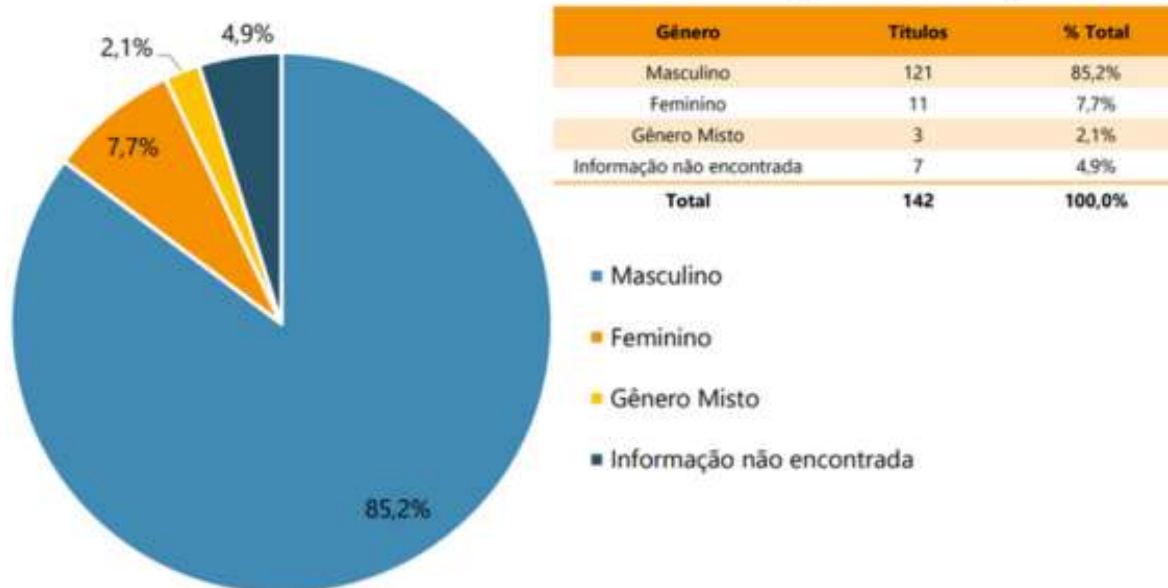
A fim de registrar essa Direção de Arte, tinha em mente que uma sessão de fotos seria apropriada. Através do trabalho de luz, cor, da noção de espacialidade dos cenários e da direção de modelos, a Direção de Fotografia poderia elevar o trabalho da Arte a outro patamar. Como sempre me interessei por moda, desfiles e sessões fotográficas, ficou muito claro para mim o que desejava realizar. Assim surgiu a primeira ideia, a execução de uma sessão de fotos no estilo editorial de moda experimental com um “conceito”, ou seja, recorte temático previamente determinado pela equipe.

Portanto, o principal objetivo do produto extensionista *Silver Fever* é explorar criativamente as áreas de direção de arte e fotografia dentro do conceito distópico futurista *cyberpunk*. A primeira sessão fotográfica realizada mostra o aprofundamento da equipe na pesquisa de seu conceito e a adaptação através da gambiarra, enquanto a segunda adiciona em sua construção elementos do *cyberpunk* e algumas referências e signos populares e periféricos brasileiros. São mais de 160 fotografias divididas em dois ensaios. Como demais resultados do produto extensionista podemos citar o documentário (*making of*), e uma revista no formato *artbook*.

Um dos objetivos formadores deste projeto/produto de extensão, também é proporcionar mais papéis de liderança a mulheres e dissidências de gênero. Sendo assim, todas as decisões criativas, de produção, desenvolvimento, e orientação foram realizadas por elas/elus. Uma das razões para tal decisão, é que a área do cinema é majoritariamente composta por diretores homens cis gêneros. A tabela abaixo mostra uma pesquisa realizada pela ANCINE⁷ em 2016 sobre a questão gênero no audiovisual:

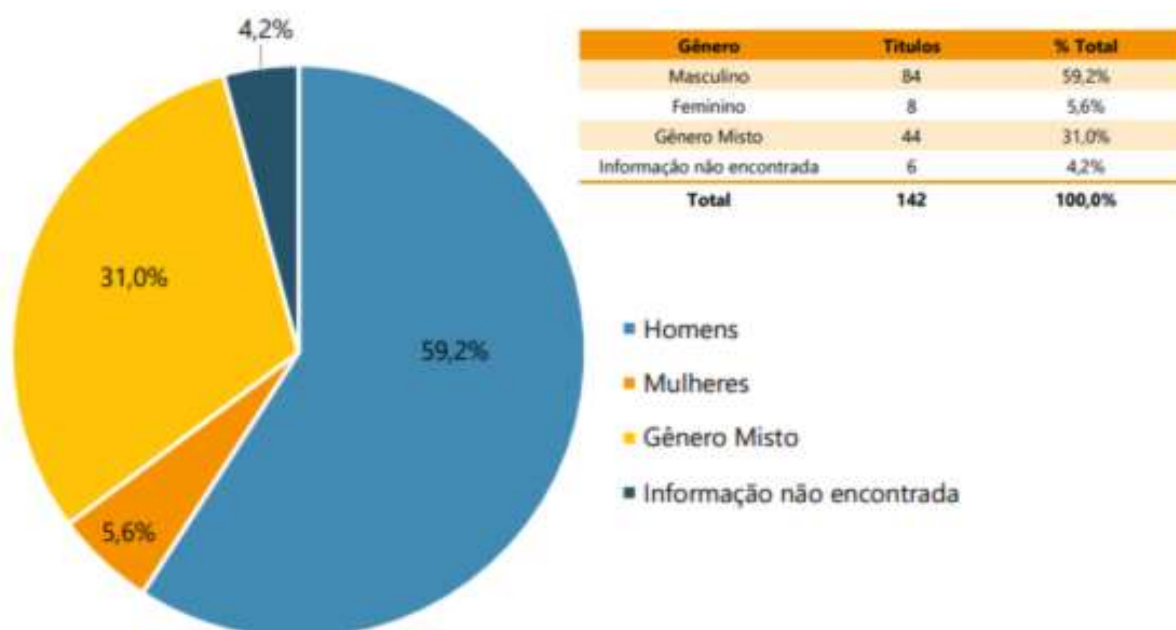
Figura 23 – Gráfico de porcentagem de pessoas que trabalham com fotografia no audiovisual conforme seu gênero.

⁷ A Agência Nacional do Cinema.



Fonte: ANCINE (2016).

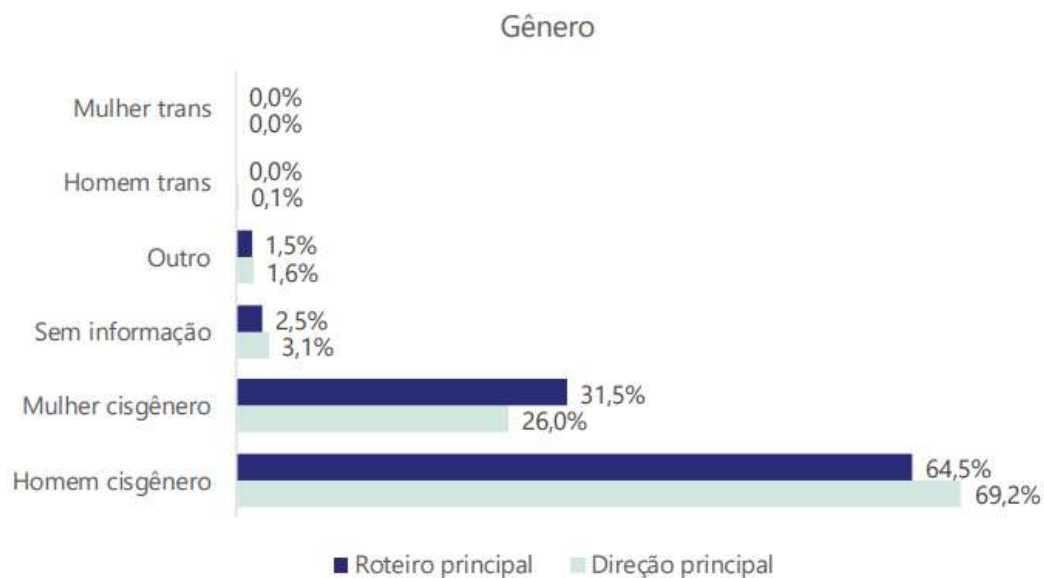
Figura 24 – Gráfico de porcentagem de pessoas que trabalham com direção de arte no audiovisual conforme seu gênero.



Fonte: ANCINE (2016).

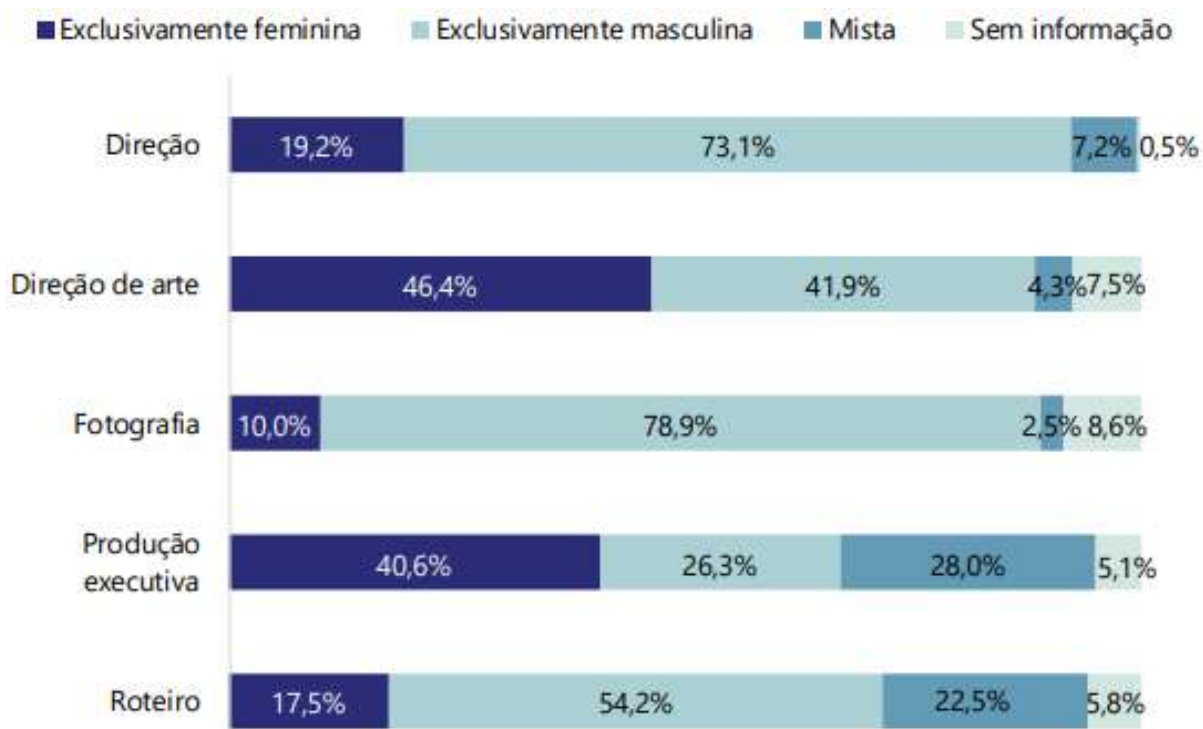
Nesse estudo, analisaram-se 142 obras audiovisuais feitas no decorrer do ano de 2016, deixando bastante claro o domínio da perspectiva masculina sobre as demais. Abaixo, uma pesquisa mais atualizada foi executada, incluindo o estudo de 685 obras audiovisuais publicadas entre os anos de 2018 e 2021:

Figura 25 – Projetos Selecionados (2018 - 2021) - Gráfico percentual de participação por gênero no audiovisual.



Fonte: ANCINE (2021).

Figura 26 – Projetos Selecionados (2018 - 2021) - Gráfico percentual de participação por área no audiovisual e por gênero.

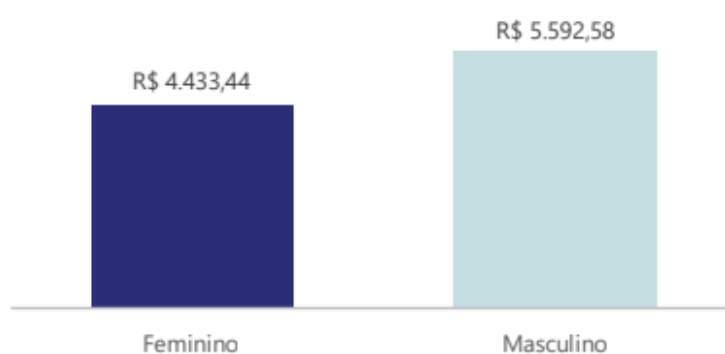


Fonte: ANCINE (2021).

Podemos notar que, entre o ano de 2018 e 2021, dos projetos cadastrados e

selecionados pelo FSA, não obtivemos grandes mudanças no campo do audiovisual em relação a equidade de gênero. Temos que as áreas como direção de arte e produção são as mais ocupadas por mulheres, porém, dados como esses reforçam a necessidade de refletirmos acerca das distribuições dos gêneros por funções no cinema brasileiro e questionarmos o porquê de determinadas áreas parecerem “naturalmente” femininas, como é o caso da produção e direção de arte, esta inclusive citada no próprio informe da ANCINE como “comumente atribuída às mulheres”. Esses números indicam que as funções com maior presença de mulheres no cinema brasileiro são aquelas cujas atribuições estão ligadas principalmente a habilidades de gerência, organização, cuidados e estéticas – socialmente atribuídas ao gênero feminino -, enquanto homens aparecem com mais frequência em funções relacionadas às técnicas especificamente audiovisuais, seja no manejo de equipamentos e máquinas, como é o caso da direção de fotografia, seja na condução de processos criativos/narrativos da obra audiovisual em geral (roteiro e direção). Assim, se vê necessário que mais ações sejam tomadas e incentivos sejam gerados para que as diferenças de cargos e de salários não sejam mais uma questão de gênero no Brasil.

Figura 27 – Remuneração média mensal, por sexo (feminino e masculino) – (2011-2021).

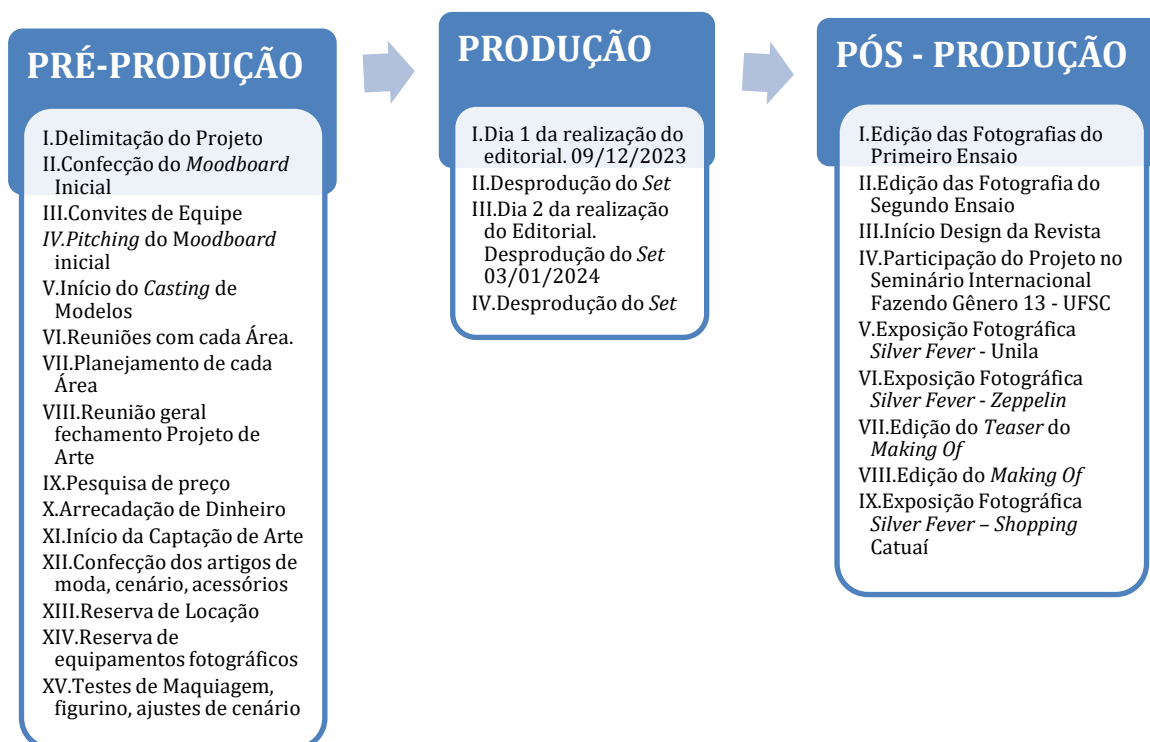


Fonte: ANCINE (2021).

No decorrer dos próximos subcapítulos, apresento o projeto editorial experimental de moda *Silver Fever* estruturado a partir dos métodos e processos estudados previamente. Como vimos em Krupathz (2018), podemos dividir produções audiovisuais em três etapas: pré-produção, produção e pós-produção, e é dessa forma que organizei a escrita da pesquisa-ação realizada neste TCC. Não obstante, relato a experiência de coordenar e participar de cada processo envolvido no projeto,

desde as escolhas da equipe, do conceito, do formato do projeto, até sua execução final e distribuição.

Figura 28 – Gráfico das três fases principais de um projeto visual (pré-produção, produção, pós-produção) e respectivas tarefas realizadas em cada etapa do projeto *Silver Fever*.



Fonte: autora, Métodos e Processos *Silver Fever*.

4.2 PRÉ-PRODUÇÃO

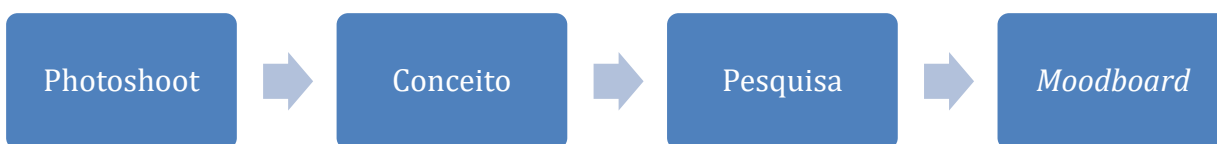
Ao contrário de um projeto audiovisual que normalmente é iniciado em cima de um roteiro e tem sua linguagem transformada em algo visual, o processo de uma sessão de fotos tende a girar em torno de um conceito visual previamente definido, que pode moldar-se conforme seu planejamento e execução. Por esse motivo, o primeiro passo do processo não se iniciou com a leitura de roteiro e decupagem, mas sim com a escolha da visualidade das fotos e seu conceito.

Figura 29 – Gráfico sobre as etapas conceituais iniciais de um projeto audiovisual.



Fonte: autora com base em Marques (2022).

Figura 30 – Gráfico sobre as etapas conceituais iniciais de uma sessão fotográfica, especificamente do projeto *Silver Fever*.



Fonte: autora.

O conceito sugerido inicialmente, foi escolhido não apenas pelo meu interesse pessoal em executá-lo, mas também, porque desde 2023 acompanhamos a volta cíclica de tendências dos anos 2000, a moda futurista, *cyberpunk*, *retro future*, voltaram a ser relevantes no mundo todo. Acredito que não só para mim, mas para todas as pessoas participantes desse projeto, esses estilos trazem uma certa identificação e nostalgia, já que nascemos, crescemos, e os presenciamos desaparecer, completar seu ciclo de 20 anos e voltar com força. A autora Bortolon (2017) discorre a respeito da temporalidade e ciclicidade da moda:

A moda traz consigo todas as questões com que nos encontramos para analisar os mecanismos do tempo – presente, passado e futuro. As tendências revisitam o passado para fazer delas novas criações. Nesta busca do novo, acabam presentificando o ontem. (BORTOLON, 2017, p.102).

Em um segundo momento, a partir do conceito temático futurismo, montei um *moodboard* com as ideias de execução do *Silver Fever*, abrindo para uma possível escolha por parte da futura equipe, entre um conceito futurista utópico ou distópico. O *moodboard* é um documento que faz parte da pesquisa referencial do diretor de arte, e Moura (2015) deixa claro em seus textos que esse documento deve representar visualmente tudo o que o diretor quer passar.

Figura 31 – *Moodboard* Inicial *Silver Fever*. Conceito, paletas, texturas, referências fotográficas, de vestuário, acessórios, maquiagem, cabelo, cenário.



Fonte: autora (2023).

Após organizar o documento citado, comecei a listar as pessoas com quem adoraria trabalhar dentro do curso de Cinema e Audiovisual. De início, consegui mobilizar um grupo de 11 pessoas. O grupo inicial foi composto por uma diretora de

foto e uma assistente, duas cenógrafas, duas figurinistas, uma diretora de caracterização, uma diretora de acessórios e assistente, uma produtora e uma diretora de arte (eu). Porém, ao decorrer do projeto, mais pessoas foram entrando na equipe.

A seguir, apresento o esquema gráfico de configuração da equipe. Em comparação com o gráfico (Figura 2) apresentado por Krupahtz (2018) nessa equipe não se tem roteirista ou diretor de som nas principais áreas do projeto, e o setor de arte é mais dividido e detalhado. Além disso, temos mais de uma área de fotografia, já que o projeto também possui uma equipe de *making of* que registrou todos os momentos da produção.

Figura 32 - Exemplo gráfico de modelo de divisão de áreas dentro do projeto *Silver Fever*.



Fonte: Autora: 2024.

Logo abaixo, trago uma tabela referente a cada membro da equipe e o seu cargo ao final do projeto. Podemos ver que a equipe aumentou, passando de iniciais 11 integrantes para cerca de 40 pessoas, em sua maioria mulheres e pessoas LGBTQIAP+. Isso mostra que fomos adaptando o tamanho da equipe conforme as necessidades de cada etapa do trabalho. Hamburger (2014) cita em seus estudos que o número de profissionais trabalhando sempre depende da logística e complexidade do projeto, vemos ademais na tabela que algumas pessoas ocuparam mais de uma função, ajudando outras áreas quando necessário, ou seja, o que a autora menciona sobre acúmulo de funções pode realmente acontecer durante o processo.

Quadro 2 – Tabela dos membros da equipe *Silver Fever*.

EQUIPE SILVER FEVER	
Diretora de Arte/Diretora Criativa	Isadora S. Dias
Produtora	Luana Rossi
Assistente de Produção	Luisa Lubie
Diretoras de Fotografia	Cecilia Pereira Anaisa Verri
Assistentes de Fotografia	Danilo Cancio
Foto Still	Naddy Gloire Mbizi
Edição de Fotografia	Julia Zucchi Wagner Sant Isadora S. Dias
Cenógrafas	Élida Bueno Rafaela Necci
Assistentes de Cenografia	Talles Kruger Jhiovanna Pinheiro Bia Souza Bemto B. Petille Dorta Irina Rodrigues Paula da Luz Ladeira Rian Sizino Henrique Cruz Gustavo R. Hartmann Gustavo Freitas Pedro Preve João Paulo Parma Gustavo Yudi K. Fernandes Eduarda Leão Heissy Otaño Giovanna Teixeira
Figurinhas	Alejandra Monsi Sara Vivas
Diretor de Acessórios	Milena Tranoulis
Assistente de Acessório	Julia Zucchi

Diretora de Caracterização	Serena Vinícius
Assistente de Caracterização (Maquiagem)	Aurora Lima Lee Matie
Assistente de Caracterização (Cabelo)	Ciro R. Comiran
Diretora de Fotografia <i>Making Of</i>	Bruna Tasato
Assistente de Fotografia <i>Making Of</i>	Gonçalo Mathias
Captador de Som	Gabriel Corsini
Montadora do <i>Making Of</i>	Anaisa Verri
Som e Mixagem <i>Making Of</i>	Jhiovanna Pinheiro Gabriel Corsini
Modelos	Broocolix Letícia Lopes Nathalia Brunetto Pinto Giovana Ribeiro

Fonte: autora.





Em seguida, com o auxílio da produtora e com a colaboração das demais participantes da equipe, marcamos nossa primeira reunião geral online para que eu apresentasse um *pitching* do *moodboard* a fim de que todas pudessem dar suas opiniões e tirar possíveis dúvidas. Apresentei visualmente duas opções dentro do conceito futurista para atuarmos. Ao final da reunião, foi definida a escolha pelo editorial no conceito *cyberpunk* distópico. Um dos motivos da escolha foi a quantidade de possibilidades de materiais com os quais podíamos trabalhar utilizando a reciclagem. Ademais, foi definido que iríamos buscar adicionar a essa estética alguns signos que representam a brasilidade popular e periférica, sugestão feita por uma de nossas cenógrafas, Élica Bueno. A etapa de construção de *moodboard* está presente como tópico 4 do fluxograma da autora Marques (2022) - figura 8 e 9 - que cita essa fase como sendo importantíssima para construir a estética e visualidade almejada, enquanto a apresentação desse documento para a equipe está no tópico 5 do fluxograma citado.

O *casting* foi o que fizemos logo depois, meu plano era conseguir quatro modelos que tivessem imagens diferentes entre si e que a meu ver combinassem com a estética que estávamos trabalhando. De acordo com artigo da Agência Torneira de

Comunicação (2023), existem três maneiras de se realizar um *casting*. Através dos testes, da oferta ou da escalada. No modelo de Teste, os participantes realizam audições demonstrando suas habilidades presencial ou remotamente pela internet. Já na Oferta, os produtores possuem um perfil e pessoa específica em mente para ocupar o papel e realizam um convite formal a esta pessoa, sem testes. Em contraponto, a Escalada é um método de seleção que escolhe os participantes por seus currículos, portfólios e recomendações.

No caso do projeto editorial, o tipo de *casting* realizado foi o de oferta. Procurei perfis dentro da própria Universidade e encontrei quatro estudantes de diferentes cursos da UNILA que se interessaram na proposta. Os modelos posaram para as fotos de maneira voluntária, ou seja, não houve pagamento de cache para os envolvidos. Através das redes sociais, entrei em contato com eles e quando tive a resposta positiva fechei o *casting* do quarteto, passei a informação para a equipe e realizei um documento com foto e informações básicas sobre os modelos para ser possível planejar o que faríamos em seguida.

Figura 33 – Imagem da tabela de informações sobre o *Casting* do Projeto *Silver Fever*.

MODELOS	CONTATO	ALTURA	BUSTO	CINTURA	Nº CALÇADO	ALERGIAS
 Natália	[REDACTED]	1,63	Camisa: P	Calça: 36	36/37	Não Possui.
 Letícia	[REDACTED]	1,65	Camisa: M	Calça: 38	37	Não Possui.
 Giovanna	[REDACTED]	1,69	Camisa: P	Calça: M ou 38/40	36	Não Possui.
 Brocolix	[REDACTED]	1,90	Camisa: GG	Calça: 40	43/44	Não Possui.

Fonte: autora.

Com o *moodboard* inicial feito, a equipe montada, o conceito definido e recortado em reunião, e o *casting*, passamos para nosso próximo objetivo: convidar nossa professora de Direção de Arte para ser nossa orientadora. Através do apoio da orientadora e da equipe, conseguimos fazer com que o projeto crescesse, se juntasse ao Lab&Art⁸ e se tornasse uma ação extensionista dentro da Universidade. Isso elevou o Editorial, possibilitando a utilização dos espaços como: acervo, estúdios, itens de fotografia e som, a inscrição no edital PROFAEX 2024-2025 para arrecadação

⁸ Laboratório e Acervo de Direção de Arte da UNILA (Projeto de extensão Lab&Art)

de fundos monetários além do privado e o apoio da Fundação Araucária⁹ e PROEX¹⁰. Ademais, gerou horas complementares para todos que participaram do processo.

Seguindo com o processo da pré-produção, no mês seguinte do projeto foram realizadas reuniões presenciais com cada segmento da equipe, fiquei encarregada juntamente com produção de repassar as informações entre os setores para que todos os pensamentos se alinhassem e cada um dos integrantes conseguisse planejar e executar com desenvoltura sua função. Durante as reuniões pedi para que cada um trouxesse suas ideias e a partir do que já tinha sido traçado, discutimos as referências, possíveis assistentes, datas de realização, perfil dos modelos, e marcamos uma reunião geral para apresentar as ideias de cada grupo para todos da equipe. Esse foi o processo de construção do Projeto de Arte que está citado no tópico 7 do fluxograma de Marques (2022), figura 8 e 9.

Figura 34 – Imagens das reuniões do projeto *Silver Fever* com cada secção da equipe.



Fonte: Projeto *Silver Fever* (Stills).

Figura 35 – Imagem da Comunidade criada no aplicativo *WhatsApp* com o intuito de facilitar a comunicação entre áreas.

⁹ A Fundação Araucária de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Estado do Paraná (FA)

¹⁰ Pró-Reitoria de Extensão Da UNILA



Fonte: comunidade *Silver Fever* no app *WhatsApp*.

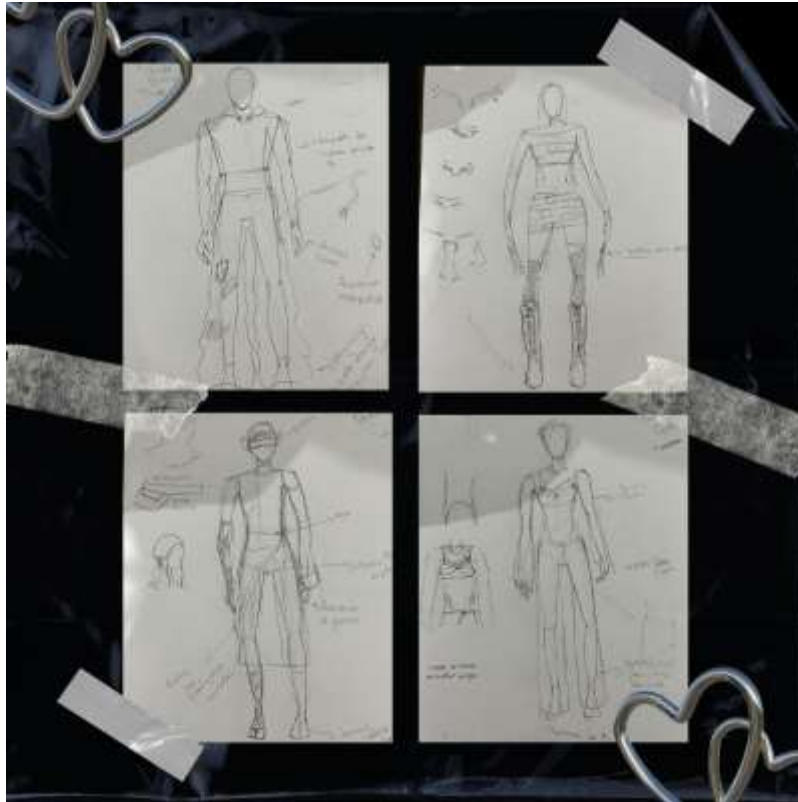
A decisão do visual de cada modelo se deu em função da construção de dois cenários para o *photoshoot*, um quarto e uma cozinha e com a intenção de que as duplas em cada cenário tivessem aparências distintas. No ambiente do quarto, dois

modelos posariam: Broocolix com um visual de motoqueiro e referências da estética *cria*, e Leticia com um visual *Streetwear/Techwear*, acessórios futuristas e cores que remetem à bandeira brasileira. Já no ambiente da cozinha, a modelo Giovana apresentaria um visual com referências *Y2K*¹¹ jeans e sobreposições de tricô, além de óculos Juliet, enquanto Nathalia teria um visual mais *punk* com texturas rasgadas de crochê e elementos futuristas compondo seus acessórios. Foi optada essa divisão para ocorrerem fotos de interações dos modelos durante a sessão. Isso tudo foi repassado para cada segmento da área de caracterização e também para a cenografia.

Falando a respeito da etapa da reunião geral, neste momento foram trazidos pelas diretoras croquis dos figurinos, referências de maquiagem de cada modelo, dos acessórios e dos dois cenários que iriam compor as fotografias. Dessa forma, o *moodboard* inicial se tornou um projeto de ação concreto e uma base para que a produção iniciasse o processo de captação junto à equipe. Marques (2022) em seu fluxograma – figura 8 e 9 - traz a reunião de fechamento de projeto como o tópico 8 listado em seus estudos em processos.

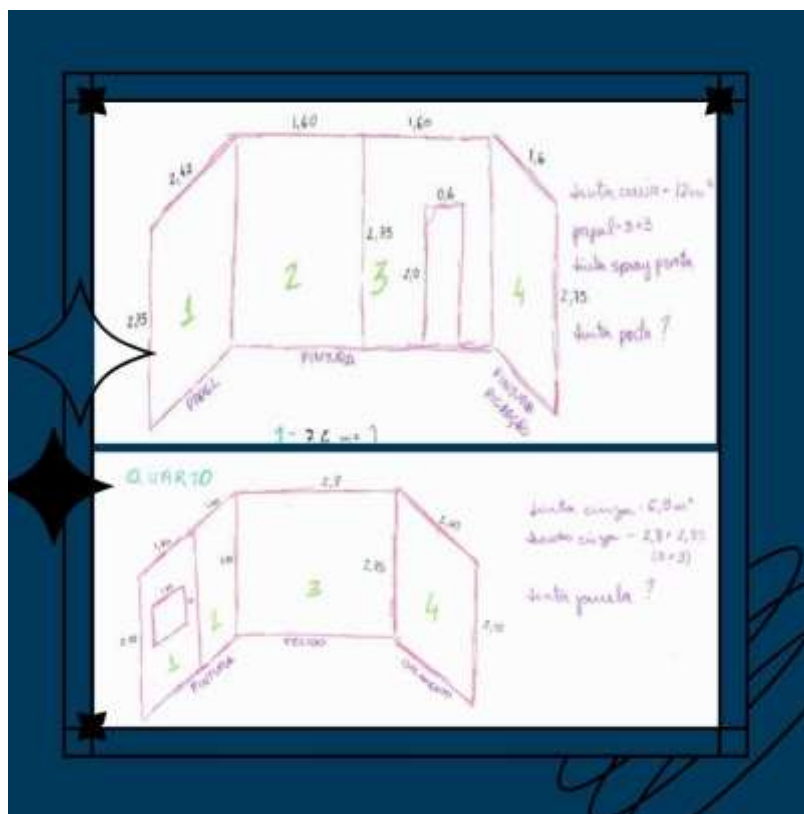
Figura 36 – Desenhos dos Croquis iniciais, base para o planejamento posterior dos figurinos no projeto *Silver Fever*.

¹¹ Sigla referente a (*Year 2000*), anos 2000, esse termo é utilizado para caracterizar a moda e estilo dos anos 2000 que é recheado de referências *retro* e futuristas. Conforme a autora Misciagna da Revista *Vogue* (2021), o estilo “Surgiu no final da década de 1990, quando as pessoas temiam e antecipavam com alegria o surgimento da tecnologia”.



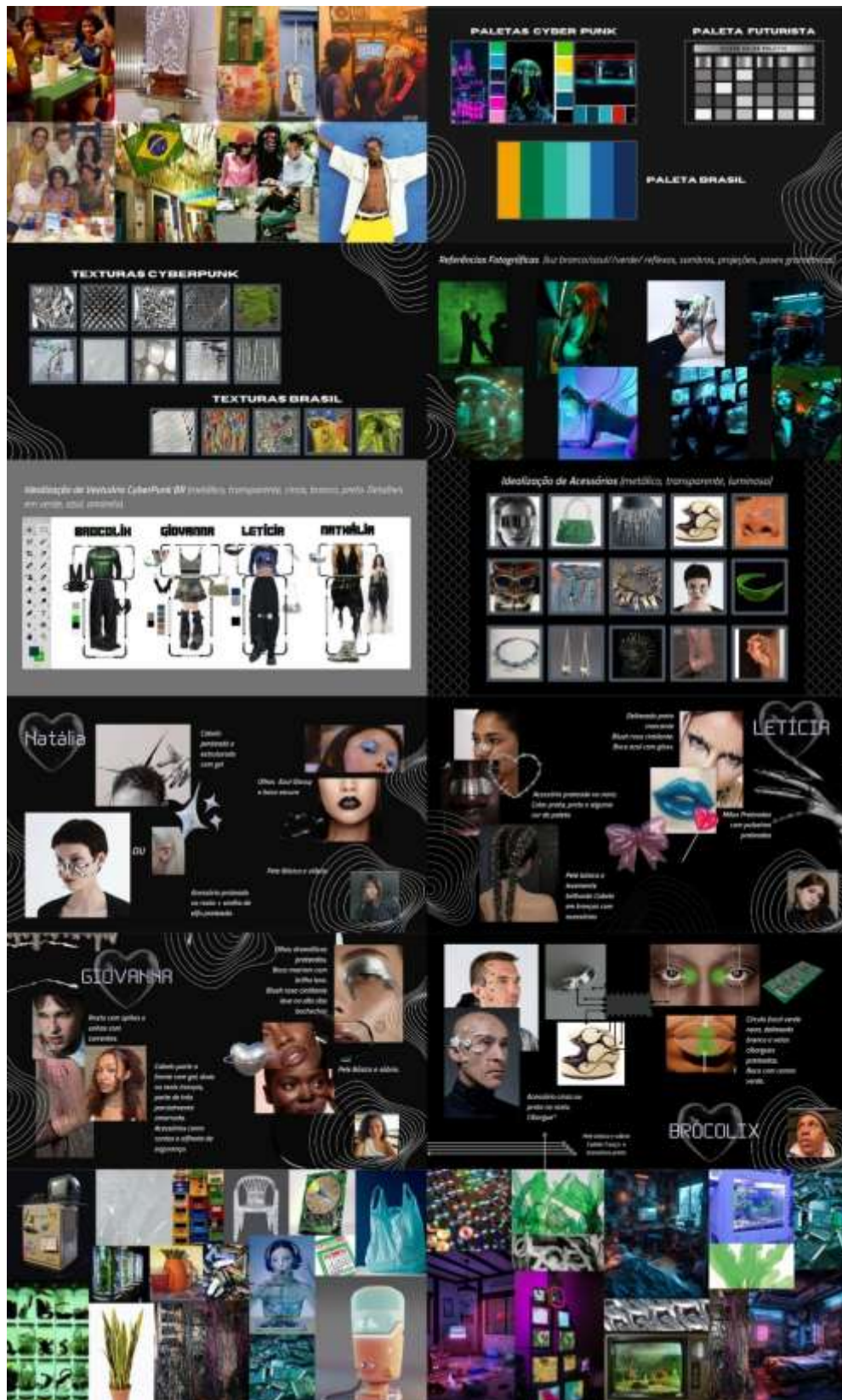
Fonte: @ silverfever_cybr no app Instagram.

Figura 37 – Cenários, primeiros esboços da cozinha e do quarto.



Fonte: @ silverfever_cybr no app Instagram.

Figura 38 – Moodboard Final feito pela equipe do editorial, esse documento compõe o projeto de arte.



Fonte: Moodboard Silver Fever.

Figura 39 – Documento de Cenografia Lista de Tarefas e etapas de execução.

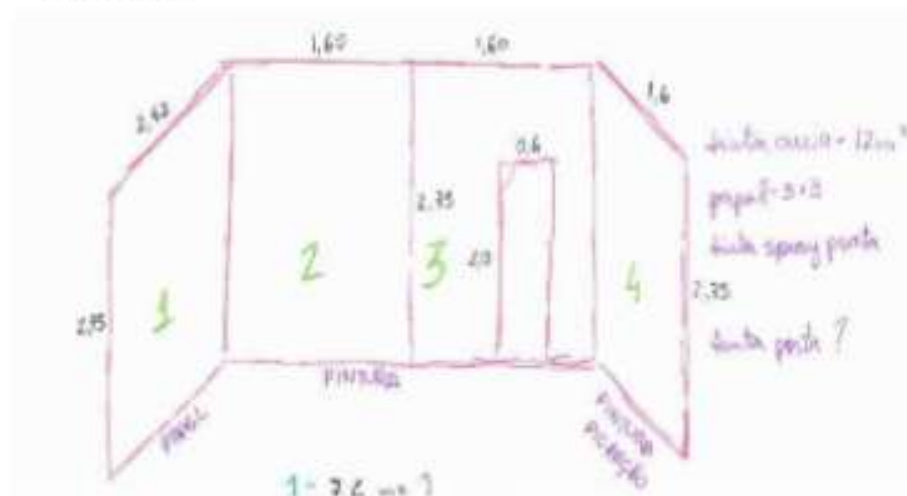
Tarefas Silver Fever - Cenografia

LEGENDA

- iniciado/em processo
- finalizado

ESTRUTURA

- Cozinha



Parede 1: É a parede a ser feita diretamente na parede do estúdio. Vamos cobrir com papel pardo (papel kraft), a área mostrada na foto (dois retângulos). Utilizar a fita dupla face. Não precisa ficar certinho, a ideia é ter alguns estragadinhos no papel, como se estivesse gasto, começando a estragar.



Paredes 2 e 3: São as paredes do fundo, vão ser pintadas no tom de areia. Para fazer a tinta precisa pegar a lata de tinta branca que tem no acervo, seguir as instruções de diluição que vem escritas na lata, acrescentar o corante bege seguindo as instruções. Pra chegar no tom da cor chame a Elie ou a Rafa pra fazer

Fonte: Projeto *Silver Fever*.

Figura 40 – Lista de Objetos de Cenografia.

Lista de compras cenografia .XLSX ☆ 📄 ☁

Arquivo Editar Ver Inserir Formatar Dados Ferramentas Ajuda

A1	A	B	C	
3		TINTAS		
4	2X	Tinta spray prateada	R\$43,80	https://www.amazon.com.br/tinta-3
5	1x	Tinta spray preta	R\$17,00	https://www.feroymmerlin.com.br/tinta
6	1x	Lata de tinta areia/bege 1L ou 3L (a depender da marca)		
7	1x	Lata de tinta Cinza com fundo bege 1L ou 3L (a depender da marca)		
8	1X	Kit pintura parede	R\$14,15	https://www.mercadolivre.com.br/kit
9				
10		PLASTICOS E PAPEIS		
11	1x	Rolo de papel pardo	R\$18,00	https://produto.mercadolivre.com.br
12	1X	Papel Aluminio	R\$7,00	https://www.maqazineluiza.com.br/n
13		Papel dobradura várias cores		
14	X	Plastico transparente 2M		ver o metro na Vila Portes
15				
16				
17		PAPELARIA		
18	2X	Fitas adesivas (forte)	R\$30,00 - 50,00	https://shopee.com.br/product/3883 https://www.mercadolivre.com.br/fitas
19	10X	Acetato (precisa 2 folhas)	R\$18,30	https://produto.mercadolivre.com.br
20	8x	Impressão de Posters A3 (p/ cartaz)	R\$56,00	
21		cola de contato, cola tudo		
22				
23		LUZES (foto)		
24	3X	Fios de led para colocar dentro de recipientes	R\$21,00	CONVERSAR COM FOTO https://s
25	2x	Fios de led para colocar perto de moveis/eletronicos	R\$50,00	CONVERSAR COM FOTO https://s
26				

Fonte: Projeto Silver Fever.

Figura 42 - Lista de compras, Acessórios (orçamento).

A	B	C	D	E	F	G	H
ACESSÓRIO			PREÇO	QUANTIDADE			LINK
UNHAS POSTIÇAS			R\$ 8,99	100 UNHAS	SHEIN		
BRINCO DE GARRA			R\$ 7,99	UNIDADE	SHEIN		
UNHA GARRA			R\$ 8,36	10 UNHAS	SHEIN		
PIERCING FALSO			R\$ 9,40	UNIDADE	SHEIN		
CORRENTE			R\$ 40,00	VARIAS UNIDADES	FOZ		
SPRAY PRATA			R\$ 25,00	UNIDADE	FOZ		
ALFINETE DE SEGURANÇA			R\$ 0,00	50 UN	BAZAR SETI		
MOSQUETÃO			R\$ 10,00	UNIDADE	FOZ		
OCULOS LED CYBER			R\$ 26,69	UNIDADE	SHEIN		
BRINCO CYBER			R\$ 10,97	PAR	SHEIN		
LUVA DE COURO			R\$ 27,99	PAR	SHOPEE		
ACESSÓRIO DE ROSTO			R\$ 27,56	1 PC	SHEIN		
PORÇA			R\$ 10,00	50 P	FOZ		
PAPEL MANTEIGA			R\$ 10,00	?	FOZ		
TOTAL							R\$ 222,95

Fonte: Projeto Silver Fever.

Figura 43 - Lista de compras, Maquiagem (orçamento).

seguida, fomos em busca dos itens. Um dos grandes ajudantes nessa captação de objetos foi o Projeto de reciclagem de eletrônicos Lixotec, o Acervo de Arte da UNILA e o Bar Pôr do Sol. Ademais, cada um dos integrantes contribuiu com itens de objetos ou caracterização durante todo o processo, e o restante necessário foi comprado.

Figura 45 – Post do projeto de reciclagem eletrônica de Foz do Iguaçu Lixotec.



Fonte: @lixotec no Instagram.

Através dessa compra inicial e da captação de itens destes apoiadores, é que cada segmento da equipe iniciou seu processo de confecção, colocando em prática tudo o que foi planejado previamente. Os figurinos, os acessórios e itens *props* de cenografia começaram a ser construídos.

Em seguida, tivemos a produção fechando com a locação dos estúdios pertencentes à UNILA, e também o empréstimo dos equipamentos de fotografia disponibilizados pela universidade. Com a ajuda de nossa orientadora conseguimos realizar o pedido com antecedência.

Para finalizar a parte de pré-produção, foram convocados os modelos e os membros da equipe para realizar testes de maquiagem e provas de figurino, a fim de que possíveis ajustes fossem feitos a tempo. A respeito dos testes de figurino a autora Hamburger (2014, p.48) aponta que “por meio de experimentações sobre o corpo do ator, o figurinista conhece suas particularidades e potencialidades; procura os tecidos que apresentem as cores, texturas e caimentos desejados”, o mesmo ocorre com os acessórios, o profissional realiza as alterações necessárias para um melhor alcance da estética almejada.

Neste último momento, a área de cenografia também estava trabalhando nos últimos detalhes da construção dos cenários, novos integrantes foram chamados e se disponibilizaram para ajudar a equipe realizando assistências de cenário como conserto e montagem de tapadeiras que estavam com defeito.

Figura 46 – Testes de Maquiagem e Cabelo do Projeto *Silver Fever*.



Fonte: Projeto *Silver Fever* (Stills).

Figura 47 – Confecção dos cenários do Projeto *Silver Fever*.



Fonte: Projeto *Silver Fever* (Stills).

Figura 48 – Testes de figurino do projeto *Silver Fever*.



Fonte: Vídeo Making Of *Silver Fever*.

Abaixo realizei três tabelas (Quadro 3, Quadro 4 e Quadro 5) inspiradas no modelo do Quadro 1, uma versão aplicada e ordenada das etapas de pré-produção, produção e pós produção do *Silver Fever*.

Quadro 3 – Cronograma de Tarefas Pré-Produção *Silver Fever*.

Cronograma de Tarefas Pré-Produção			
Fase	Serviço	Data	Tarefa
Pré-produção	Demanda Conceitual	Jan 2023	Delimitação do Projeto
		Fev 2023	Confecção do <i>Moodboard</i> Inicial
	Demanda Conceitual e Técnica	Mar 2023	Convites de Equipe
		Abril 2023	<i>Pitching</i> do <i>Moodboard</i> inicial
	Demanda Conceitual e Técnica	Maio 2023	Início do <i>Casting</i> de Modelos
		Julho 2023	Reuniões com cada Área.
		Ago 2023	Planejamento de cada Área
		Ago 2023	Reunião geral fechamento Projeto de Arte
		Ago 2023	Pesquisa de preço
	Demanda Técnica	Set 2023	Arrecadação de Dinheiro
	Demanda Conceitual e Técnica	Set 2023	Início da Captação de Arte
		Set 2023	Confecção dos artigos de moda, cenário, acessórios
	Demanda Conceitual e Técnica	Nov 2023	Reserva de Locação
		Nov 2023	Reserva de equipamentos fotográficos
	Demanda Técnica	Nov 2023	Testes de Maquiagem, figurino, ajustes de cenário.

Fonte: autora, estrutura feita com estudos em MARQUES, 2022.

Figura 49 – Tabela total de gastos da primeira sessão de fotos do Editorial *Silver Fever*.

Total de gastos

Acessórios	R\$ 222,95
Make	R\$ 251,44
Figurino	R\$ 65,40
Cenografia	R\$ 247,47
Fotografia	R\$ 152,00
Produção	R\$ 159,18
Total	R\$ 1.098,44

Fonte: Projeto *Silver Fever*.

4.3 PRODUÇÃO

No dia 9 de dezembro, foi realizada a diária no estúdio. Na ordem do dia, tínhamos como início às 8:00 com a chegada da produção e finalização às 17:30 com a desprodução de maquiagem e figurino. Cada área foi setorizada dentro dos espaços do estúdio e do camarim. No estúdio ficaram as equipes de cenografia e fotografia, ambientando o espaço. E na sala camarim, os responsáveis pela caracterização: figurino, acessórios, maquiagem e cabelo, com divisão de mesas e espaços para que cada um executasse seu trabalho.

Figura 50 – Área de figurino, roupa de cada modelo separada por cabide.



Fonte: Projeto *Silver Fever* (Stills).

Figura 51 – Área de Acessórios, mesa para organizar.



Fonte: Projeto *Silver Fever* (Stills).

Figura 52 – Área de Maquiagem e Cabelo, mesa para organizar, espelho e desenho de referência na parede.



Fonte: Projeto *Silver Fever* (Stills).

Figura 53 – Área de Cenografia, construção dos cenários.



Fonte: Projeto *Silver Fever* (Stills).

Figura 54 – Área de Fotografia, montagem dos equipamentos e execução do mapa de luz.



Fonte: Projeto *Silver Fever* (Stills).

Até o meio-dia, tudo estava encaminhado e seguindo os horários, porém tivemos um infeliz incidente, por falta de manutenção e de aviso a respeito da infraestrutura de iluminação das salas da UNILA, ocorreu um apagão por sobrecarga no estúdio onde estávamos. Isso nos deixou impossibilitados de executar a sessão no espaço cenográfico que tínhamos levado dias para construir. O cenário era parte crucial na formação da imagem, principalmente na conexão dos modelos com itens cenográficos que remetiam à brasilidade periférica que tínhamos proposto.

Figura 55 – Ordem do dia 09/12/23, *Silver Fever*.

FUNÇÃO			HORA			PROFISSIONAL		
Produtora			08:00			Luana Rossi		
Diretor			08:30			Isadora Dias		
Cenário			09:30			Rafaela Necci		
Cenário			09:30			Elida Bueno		
Fotografia			09:30			Cecília Pereira		
Fotografia			09:30			Anaisa Verri		
Foto Still			08:30			Bruna Tasato		
Figurino			08:30			Alejandra Monsi		
Figurino			08:30			Sarahi Vivas		
Maquiadora			08:30			Serena Vinicius		
Ass Maquiagem			08:30			Aurora Lima		
Cabelo			08:30			Ciro Comiran		
Acessórios			09:30			Milena Tranoulis		
Acessórios			09:30			Julia Zucchi		
Som			08:30			Gabriel Corsini		

ALIMENTAÇÃO					
Café da manhã: Banana, pão, mortadela, bolo, bolacha, café, chá					
Almoço: Arroz, feijão, pts, farofa, salada, suco.					
Café da tarde: Banana, pão, mortadela, bolo, bolacha, café, chá					
DESPRODUÇÃO					
Produção/ Foto/ Som/ Figurino / Acessórios/ Maquiagem: 17:30					
Cenário: 11 e 12 de dezembro					

ID	MODELO	TIPO DE CENARIO	NA LOC	CAMARIM	NO SET
	Brócolix	Quarto	08:30	09:00	13:00
	Leticia	Quarto	08:30	09:00	13:00
	Nathalia	Cozinha	12:00	13:00	15:30
	Giovanna	Cozinha	12:00	13:00	15:30

OBS: Dupla 1 de modelos liberados às 16h Dupla 2 de modelos liberaods às 18h					
--	--	--	--	--	--

OBS:					
<ul style="list-style-type: none"> • O café da manhã será servido das 08h até as 09h apenas. • A dupla 2 pode escolher entre chegar mais cedo e ganhar almoço, ou chegar 30 minutos mais tarde. • Possíveis atrasos farão todo o planejamento sofrer atrasos também, favor cooperar com a pontualidade. 					

Fonte: Projeto *Silver Fever*.

Para não perder o trabalho realizado já que metade dos modelos estavam montados prontos para a sessão, logo após o almoço fiz uma reunião com a orientadora, as cenógrafas, fotógrafas e produção e decidimos improvisar em uma das salas negras da universidade um cenário novo com itens do cenário primário, esse improvisado não faria com que nossa ideia inicial fosse totalmente alcançada, porém, ainda salvaria a diária resultando em fotos no estilo *cyberpunk*. Isso também mostrou o quanto a equipe estava alinhada com a proposta da gambiarra, transformando o imprevisto em uma solução rápida e que favoreceu o produto. A sequência da diária foi cansativa e corrida, em apenas meia hora conseguimos montar um novo cenário e isso demonstrou para mim o quanto todas as pessoas estavam engajadas no projeto e o quanto elas tinham amor pela Direção de Arte.

Figura 56 – Montagem de um novo cenário com itens cenográficos dos cenários primários.



Fonte: Projeto *Silver Fever* (Stills)

Figura 57 – Novo planejamento de iluminação do cenário.



Fonte: Projeto *Silver Fever* (Stills).

Ao final da diária, realizamos a desprodução de todos os itens de maquiagem, acessórios, figurino, fotografia e som, deixando no estúdio apenas os itens de cenografia que não precisavam ser devolvidos com urgência. Alguns itens cenográficos puderam ser mantidos no local porque seriam utilizados logo depois que o local deixasse de ser interditado.

Para compensar a dedicação e atingir nosso objetivo central, prometi à equipe de realizar uma segunda sessão de fotos para utilizar o cenário construído no estúdio. Após concluirmos nossa primeira diária, eu e a produtora começamos a pensar em possíveis datas para realização do segundo dia de Editorial, com o conselho de nossa orientadora e consultando as datas disponíveis da equipe e modelos, acordamos em marcar a data de execução para o início do ano seguinte.

Com a adição de mais uma diária, a necessidade de mais recursos financeiros se apresentou, e através do edital PROFAEX 2024-2025 conseguimos realizar mais compras de materiais como tecidos, tintas, objetos cenográficos, maquiagem, materiais de costura. O gasto com alimentação foi semelhante ao da primeira diária e foi pago com dinheiro privado.

Sendo assim, o dia 3 de janeiro de 2024 foi a data escolhida para a nossa segunda sessão. Com os horários semelhantes à última diária, iniciamos às 8:00 com a chegada da produção, e tínhamos um prazo de encerramento às 17:30, com uma desprodução até as 18:00. Esse tempo acabou se prolongando em mais duas horas por conta de entrevistas do *Making Of*.

Figura 58 – Ordem do dia 09/12/23, *Silver Fever*.

Editorial: Silver Fever					
Direção: Isadora Dias					
ORDEM DO DIA 2		DATA: 03/01/24			
FUNÇÃO	HORA	PROFISSIONAL			
Produtora	08:00	Luana Rossi			
Asst. Produção	08:00	Luisa Lubie			
Diretor	08:30	Isadora Dias			
Cenário	09:30	Rafaela Necci			
Cenário	09:30	Talles Krüger			
Fotografia	09:30	Anaisa Verri			
Fotografia	09:30	Danilo Cancio			
Foto Still	08:30	Naddy Mbizi			
Figurino	08:30	Alejandra Monsi			
Figurino	08:30	Sarahi Vivas			
Maquiadora	08:30	Serena Vinicius			
Ass Maquiagem	08:30	Lee Matié			
Acessórios	09:00	Milena Tranoulis			
Foto Doc	08:30	Bruna Tasato			
Som	08:30	Gabriel Corsini			
Asst. Foto Doc	08:30	Salo Mathias			
ALIMENTAÇÃO					
Café da manhã: Banana, pão, mortadela, bolo, bolacha, café, chá					
Almoço: Arroz, feijão, pts, farofa, salada, suco.					
Café da tarde: Banana, pão, mortadela, bolo, bolacha, café, chá					
DESPRODUÇÃO					
Produção/ Foto/ Som/ Figurino / Acessórios/ Maquiagem: 17:30					
Cenário: 11 e 12 de dezembro					
ID	MODELO	TIPO DE CENARIO	NA LOC	CAMARIM	NO SET
	Nathalia	Cozinha	8:30	9:00	13:00
	Giovanna	Cozinha	8:30	9:00	13:00
	Brócolix	Quarto	12:00	13:00	15:30
	Leticia	Quarto	12:00	13:00	15:30
OBS: Dupla 1 de modelos liberados às 16h Dupla 2 de modelos liberaods às 18h					
OBS:					
<ul style="list-style-type: none"> • O café da manhã será servido das 08h até as 09h apenas. • A dupla 2 pode escolher entre chegar mais cedo e ganhar almoço, ou chegar 30 minutos mais tarde. • Possíveis atrasos farão todo o planejamento sofrer atrasos também, favor cooperar com a pontualidade. 					

Fonte: Projeto *Silver Fever*.

Figura 59 – Equipe trabalhando na execução das fotografias nos cenários planejados.



Fonte: Projeto *Silver Fever* (Stills).

Figura 60 – Entrevistas para o Documentário *Making Of* de *Silver Fever*.



Fonte: Projeto *Silver Fever* (Stills).

No geral, terminamos a diária bem, alcançando todos os aspectos visuais e de logística que buscamos como equipe. Ademais, referente a desprodução, todas as áreas à fizeram, foram recolhidos e devolvidos todos os itens e o espaço foi limpo.

Quadro 4 – Cronograma de Tarefas Produção *Silver Fever*.

Cronograma de Tarefas Produção			
Fase	Serviço	Data	Tarefa
Produção	Demanda Técnica	Dez 2023	Dia 1 da realização do editorial. 09/12/2023
			Desprodução do <i>Set</i>
	Jan 2024	Jan 2024	Dia 2 da realização do Editorial. Desprodução do <i>Set</i> 03/01/2024
			Desprodução do <i>Set</i>

Fonte: autora, estrutura feita com estudos em MARQUES, 2022.

4.4 PÓS-PRODUÇÃO

Atualmente o projeto *Silver Fever* se encontra na sua Pós-Produção, alguns dos objetivos que foram estabelecidos para o projeto foram: realizar uma seleção e edição das fotos tiradas, circulá-las em exposições fotográficas, eventos de direção de arte, moda, e audiovisual, realizar uma revista no formato *Artbook*, editar e disponibilizar em uma plataforma de fácil acesso o *Making Of* para que ele sirva de material didático para os interessados nesse tipo de direção artística.

Até o momento, foram realizadas as edições das duas sessões fotográficas, o design da revista (*artbook*), também participamos de um seminário fotográfico promovido pela UFSC¹², duas exposições presenciais das fotografias, iniciou-se a edição do *making of*, e fechamos mais uma exposição fotográfica do projeto. Nessa fase, acompanhei de perto o processo da pós-produção. Como vimos na parte teórica em Hamburger (2014), não é comum que diretores de arte acompanhem a pós-produção, mas a autora salienta que essa é uma situação que precisa de mudanças, pois muitas vezes os editores do produto final podem interferir de forma significativa no trabalho concebido pela arte.

Ao acompanhar a pós e estar envolvida nos processos de edição das fotos,

¹² Universidade Federal de Santa Catarina.

design da revista, organização do cenário da exposição e materiais de divulgação consegui ver a importância da presença do diretor de arte no resultado do produto visual e consegui construir uma melhor unidade estética visual para ele.

Através do edital PROFAEX 2024-2025, também conseguimos realizar tarefas referentes a distribuição do editorial, sendo elas a compra de impressões das fotografias dos ensaios, de materiais de divulgação das exposições e de materiais de apoio para a montagem das exposições.

Quadro 5 – Cronograma de Tarefas Pós-Produção *Silver Fever*.

Cronograma de Tarefas Pós-Produção			
Fase	Serviço	Data	Tarefa
Pós Produção	Demanda Técnica	Mar 2024	Edição das Fotografias do Primeiro Ensaio
		Jun 2024	Edição das Fotografia do Segundo Ensaio
	Demanda Técnica	Jul 2024	Início <i>Design</i> da Revista
	Demanda Conceitual e Técnica	Ago 2024	Participação do Projeto no Seminário Internacional Fazendo Gênero 13 - UFSC
	Demanda Conceitual e Técnica	Nov 2024	Exposição Fotográfica <i>Silver Fever</i> - Unila
			Exposição Fotográfica <i>Silver Fever</i> - <i>Zeppelin</i>
	Demanda Técnica	Dez 2024	Edição do Teaser do <i>Making Of</i>
	Demanda Técnica	Jan 2025	Edição do <i>Making Of</i>
	Demanda Conceitual e Técnica	Data em Definição	Exposição Fotográfica <i>Silver Fever</i> – <i>Shopping Catuaí</i>

Fonte: autora, estrutura feita com estudos em MARQUES, 2022.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho me possibilitou a reflexão através do estudo teórico, processual e metodológico que engloba a área da direção de arte, e o aprofundamento através da autorreflexão do método pesquisa-ação. Através desse método, consegui propor algumas formas de trabalho dentro da área que foram utilizadas pelo Editorial de moda Experimental *Silver Fever* e as relacionei com o conteúdo pesquisado.

Essa pesquisa me possibilitou a interdisciplinaridade e a conexão entre os conhecimentos e estudos na área de cinema e audiovisual – direção de arte - com o formato de uma obra editorial experimental de moda. Concluo, que de maneira prática e teórica, pude perceber que os conhecimentos de direção de arte aplicados no audiovisual podem ser aproveitados para a execução de uma diferente proposta visual, como a de um *photoshoot* conceitual.

Como vimos anteriormente, é importante salientar a importância da área de pesquisa e ensino em direção de arte em detrimento da quantidade reduzida de textos brasileiros que abordam exclusivamente e de maneira detalhada sobre os métodos e processos que englobam a direção de arte. A referente pesquisa tenta trazer tanto a prática quanto as pesquisas de bibliografias nacionais com o intuito de servir como material didático capaz de orientar e inspirar outros estudantes e criadores visuais/audiovisuais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGÊNCIA TORNERA - COMUNICAÇÃO - MARKETING - VENDAS. **O Papel do Casting no Sucesso de uma Produção: Dos Filmes à Publicidade.** Disponível em: <<https://www.tornera.com.br/blogs/post/papel-casting-sucesso-producao-filmes-publicidade>>. Acesso em: 1 mar. 2025 às 15h.

AKIRA. Katsuhiro Otomo. TMS Entertainment. Japão. 1988. On demand: <<https://www.netflix.com/watch/60021103?source=35>>. Acesso em: 1 mar. 2023 às 19h.

ALVES, Yago de Oliveira. **"A moda periférica na baixada santista como resistência da identidade-território no século XXI."** (2024). Disponível em: <<https://repositorio.fgv.br/server/api/core/bitstreams/c6398ab8-4d76-4174-8847-7b84d1b39939/content>> Acesso em: 27 fev. 2025 às 19h.

AMARAL, A. (2005). **Uma breve introdução à subcultura *cyberpunk*. Estilo, alteridade, transformações e hibridismo na cibercultura.** E-Compós, 3. <https://doi.org/10.30962/ec.36>. Acesso em: 22 fev. 2025 às 18:50.

ANCINE. **Diversidade de Gênero e Raça nos Longas-metragens Brasileiros Lançados em Salas de Exibição 2016.** [s.l.: s.n.]. Disponível em: <<https://www.gov.br/ancine/pt-br/arquivos/informe-diversidade-2016.pdf>>. Acesso em: 24 mar. 2024 às 16h.

ANCINE. **Participação por gênero e por raça nos diversos segmentos da cadeia produtiva do audiovisual 2021.** [s.l.: s.n.]. Disponível em: <<https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/publicacoes/arquivos.pdf/Estudo%20genero%20e%20raca%20no%20setor%20audiovisual.pdf>>. Acesso em: 24 mar. 2024 às 19h.

ARCANE. Christian Linke e Alex Yee. Alex Seaver, Amanda Overton, Fortiche Production, Riot Games. E.U.A, FRANÇA. 2021. On demand: <<https://www.netflix.com/watch/81446667?source=35>>. Acesso em: 1 mar. 2023 às 19h.

BLADE RUNNER. Ridley Scott. Warner Bros. Entertainment. E.U.A. 1982. On demand: <<https://tv.apple.com/br/movie/blade-runner/umc.cmc.31vu3b779lzce3c40rprt9qxx>>. Acesso em: 1 mar. 2023 às 21h.
BlueTwelve Studio. Stray. Video Game, Multiplataforma. França. 2022. Acesso em: 1 mar. 2023 às 20h.

BORTOLON , F. J. A. **A moda e a morte: ciclos de tendências** . Tese—ModaPalavra E-periódico : [s.n.]. (2017). Disponível em: <[file:///C:/Users/Usu%C3%A1rio/Downloads/sromn,+2-++A+moda+e+a+morte%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usu%C3%A1rio/Downloads/sromn,+2-++A+moda+e+a+morte%20(1).pdf)> . Acesso em: 27 fev. 2025 às 18h.

CALZA, Márlon Uliana. **A Identidade Visual No Projeto Gráfico De Revistas De Moda.** 2015. UFRGS Lume Repositório Digital. Disponível em: <<lume.ufrgs.br/handle/10183/115890>> Acesso em 20 ago. 2024 às 18h.

CD Projekt RED S/A. *Cyberpunk 2077*. Video Game, Multiplataforma. Polônia, 2020. Acesso em: 1 mar. 2023 às 19h30.

DE CASTRO, Marta Sorelia Felix; DE OLIVEIRA MARTINS, José Clerton; FERREIRA, Karla Patrícia Martins. **A resistência na moda através do tempo: movimento *punk* e *slow fashion***. *dobra [s]: revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda*, v. 12, n. 25, p. 165-183, 2019. Acesso em: 22 fev. 2025 às 18:40.

DURING, E. **O que é retrofuturismo? - Introdução aos futuros virtuais**. 2013. Disponível em: <<https://artepensamento.ims.com.br/item/o-que-e-retrofuturismo-introducao-aos-futuros-virtuais/>>. Acesso em: 20 ago. 2024 às 19:00.

GHOST IN THE SHELL. Mamoru Oshii. Production I.G, Bandai Visual, Manga Entertainment, Kodansha, PolyGram Filmed Entertainment. Japão. 1995. On demand: < <https://www.netflix.com/watch/540533?source=35>>. Acesso em: 5 mar. 2023 às 19h.

GIBSON'S, William. *Neuromancer*. New York: Ace Books, 1984.

GIBSON'S, William. *The Peripheral*. Canada: Penguin Group, 2014.

HAMBURGER, Vera. **Arte em Cena: A direção de arte no cinema brasileiro**. São Paulo: Editora Senac, 2014. p. 18 - 52.

HOLLANDER, Anne, and Alexandre Tort. **O sexo e as roupas: a evolução do traje moderno**. Rocco, 1996.

JACOB, Elizabeth Motta. **Um lugar para ser visto: a direção de arte e a construção da paisagem no cinema**. 2006. Disponível em: <https://bdtd.ibict.br/vufind/Record/UFF-2_a519b105f5f5611c7efa4a8d7d6bd162>. Acesso em: 21 ago. 2024 às 18h.

KRUPAHTZ, Juliana da Silva. **O design no audiovisual: o papel do designer de produção no desenvolvimento de videocliques**. 2018. Disponível em: <<https://repositorio.ufsm.br/handle/1/32900>>. Acesso em: 9 abr. 2024 às 17h30.

LEMOS, André. **Ficção científica *cyberpunk*: o imaginário da cibercultura**. *Conexão-Comunicação e Cultura*, v. 3, n. 06, 2004. Disponível em: <https://www.academia.edu/1771479/Fic%C3%A7%C3%A3o_cient%C3%ADfica_cyberpunk_o_imagin%C3%A1rio_da_cibercultura>. Acesso em: 11 ago. 2024 às 17h30.

LUCIETTI, T. J. et al. **O *upcycling* como alternativa para uma moda sustentável**. In: *International Workshop-Advances In Cleaner Production Network-Academic Work*. 2018. Disponível em: <

https://www.advancesincleanerproduction.net/7th/files/sessoes/6A/3/lucietti_tj_et_al_academic.pdf> . Acesso em: 14 ago. 2024 às 18h30.

MATRIX. Lana Wachowski e Lilly Wachowski. Village Roadshow Pictures, Silver Pictures, Warner Bros. Entertainment, Warner Bros. E.U.A. 1999. On demand: <https://play.max.com/movie/012cacbd-5893-4379-b7a6-d3737c61d4b5?utm_source=universal_search>. Acesso em: 20 mar. 2023 às 17h.

MARQUES, C. **Fluxograma: Metodologia - Processo do trabalho em direção de arte. Demandas conceituais e técnicas.** 2022. 1 fotografia. Disponível em: <chrome-extension://efaidnbnmnibpcajpcgclclefindmkaj/https://ugc.production.linktr.ee/3d57cb-d0-66e1-4d86-9b32-f0c720d5702d_FLUXOGRAMA-METODOLOGIA-DIREC807A771O-DE-ARTE-.pdf> Acesso em: 20 de ago. de 2024 às 19:00.

MISCIAGNA, M. **Fantasia 2000: o que é a estética Y2K?**. Vogue. 2021. Disponível em: <<https://www.vogue.pt/tendencia-y2k-o-que-e->>. Acesso em: 1 mar. 2025 às 14h.

MOURA, Carolina Bassi de. **A direção e a direção de arte: construções poéticas da imagem em Luiz Fernando Carvalho.** 2015. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27156/tde-14072015-121751/>>. Acesso em: 05 abr. 2024 às 17h.

ROCHA, Iomana. **A gambiarra e o alegórico no cinema contemporâneo brasileiro.** Arteriais - Revista do Programa de Pós-Graduação em Artes, [S.l.], p. 60-67, ago. 2017. ISSN 2446-5356. Disponível em: <<https://periodicos.ufpa.br/index.php/ppgartes/article/view/4864>>. Acesso em: 07 abr. 2024 às 19h40.

ROCHA, Gianne Zaramella. **Contracultura e os estilos de antimoda: uma nova proposta a ser trabalhada nos produtos de moda.** BS thesis. Universidade Tecnológica Federal do Paraná, 2017. Disponível em: <https://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/5766/1/AP_CODEM_2017_1_17.pdf> . Acesso em: 22 fev. 2025 às 15h40.

SANTHANA, Lelê. **Por que ainda somos obcecados pela estética de Matrix?** - ELLE Brasil. 2022. Disponível em: <<https://elle.com.br/moda/por-que-ainda-nos-influenciamos-por-matrix?srsId=AfmBOooNhmLg3bjVFC-ya7FILpHsludO5XMe1bWBRgWxs5NPIO0P-kos>>. Acesso em: 27 fev. 2025 às 19h.

STORM, T. What is *cyberpunk* fashion? Disponível em: <<https://techwearstorm.com/blogs/techwear/what-is-cyberpunk-fashion>>. Acesso em: 01 mar 2025 às 19h.

THE MANDALORIAN. Jon Favreau. Lucasfilm, Fairview Entertainment e Golem Creations E.U.A. 2019. On demand: < <https://www.disneyplus.com/en-br/series/the-mandalorian/3jLIGMDYINqD?distributionPartner=google> >. Acesso em: 25 ago. 2023 às 16h.

TECHWEAR BRASIL. Loja de Roupas Táticas e Futurísticas. Disponível em:

<<https://urbxn-techwear.com.br/>>. Acesso em: 2 mar. 2025 às 16h.

TRIPP, David. "**Pesquisa-ação: uma introdução metodológica.**" *Educação e pesquisa* 31 (2005): 443-466. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/ep/a/3DkbXnqBQqyq5bV4TCL9NSH/?format=pdf&lang=pt>>. Acesso em: 08 abr. 2024 às 19h.

VILAS BÔAS, E. **Antimoda, não-moda e outros conceitos.** Sindiveste O Sindicato das Indústrias do Vestuário do Distrito Federal, 17 fev. 2015. Disponível em: <<http://www.sindicatodaindustria.com.br/noticias/2015/02/72,56020/antimoda-nao-moda-e-outros-conceitos.html>>. Acesso em: 22 fev. 2025 às 18h40.

VOGUE. **Fashion Shows: Fashion Week, Runway, Designer Collections.** Disponível em: <<https://www.vogue.com/fashion-shows>>. Acesso em: 22 fev. 2025 às 17h.

WACHOWSKI, A.; WACHOWSKI, L. **The art of the matrix.** Bélgica: Newmarket Press, 2000.

ANEXO A – Fotografias exposição *Silver Fever* - vinte e duas fotos seleccionadas de cento e sessenta fotos, inclui resultados do primeiro e do segundo ensaio.











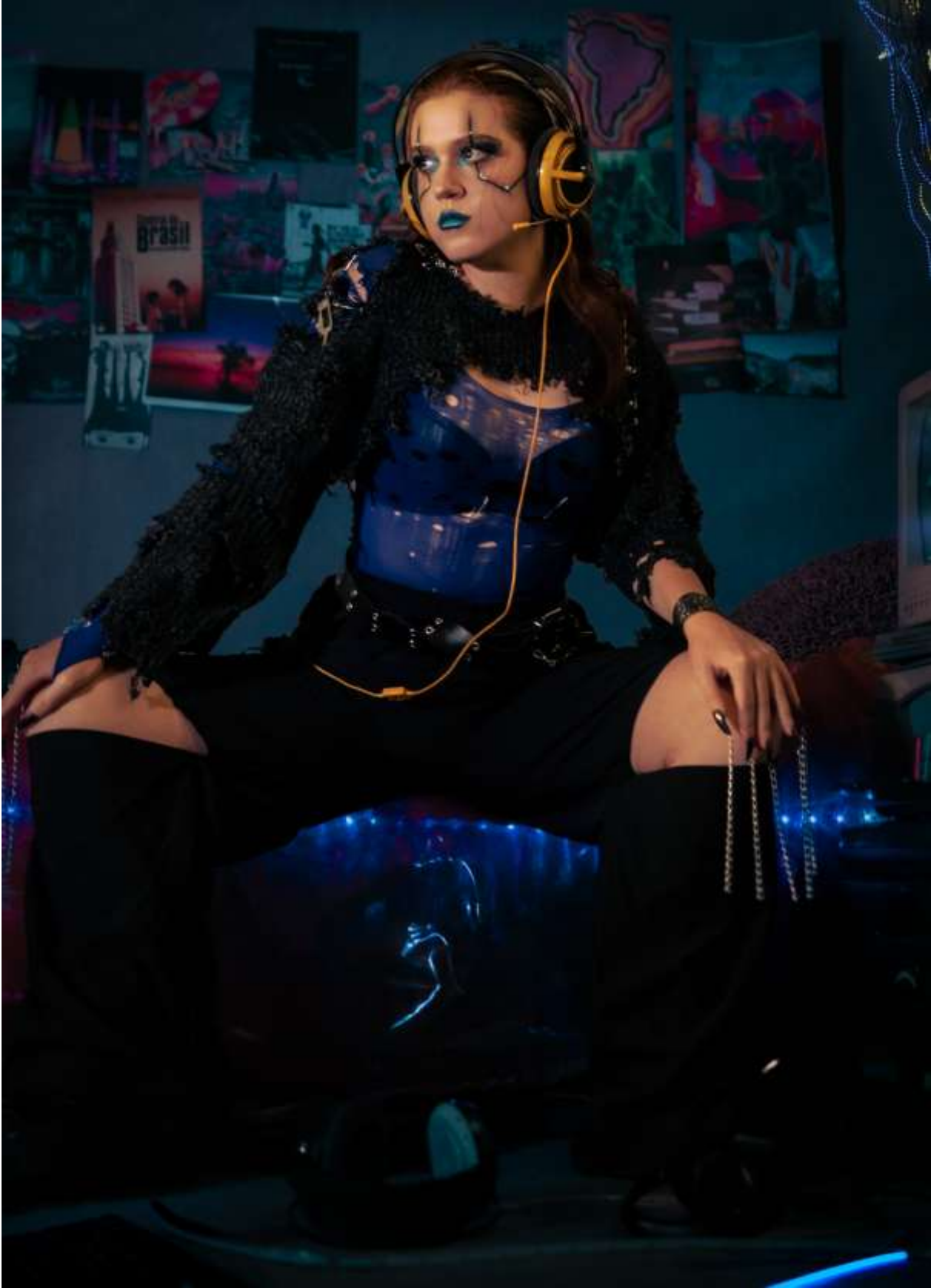
























ANEXO B – Revista *Silver Fever* – Primeiro Photoshoot Completo.

SILVER FEVER

FUTURISMO NA MODA

FUTURISMO, RETRO-FUTURE, CYBERPUNK, CYBER-APOCALYPSE VOLTAM COMO GRANDE TENDÊNCIA.

COMO FAZER UM ENSAIO CYBERPUNK?

APRENDA PASSO A PASSO.

ESTÉTICA DISTÓPICA COM UM TOQUE DE BRASIL.

10000 00000

Projeto Lixovec LAB ART UNILA | PROEX AÇÕES DE EXTENSÃO FUNDACÃO ARAUCARIA Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Paraná PARANÁ 2023-2024

EQUIPE SILVER FEVER

DIREÇÃO CRIATIVA: ISADORA DIAS

PRODUÇÃO: LUANA ROSSI (DIRETORA), LUISA LUBIE



CENOGRAFIA:

RAFAELA NECCI (DIRETORA)
 ÉLIDA BUENO (DIRETORA)
 TALLES KRUGER
 JHIOVANNA PINHEIRO
 BIA SOUZA
 BEMTO B. PETILLE DORTA
 IRINA RODRIGUES
 PAULA DA LUZ LADEIRA
 RIAN SIZINO
 HENRIQUE CRUZ
 GUSTAVO R. HARTMANN
 GUSTAVO FREITAS
 PEDRO PREVE
 JOÃO PAULO PARMA
 GUSTAVO YUDI K. FERNANDES
 EDUARDA LEÃO
 HEISSY OTAÑO
 GIOVANNA TEIXEIRA

FOTOGRAFIA:

CECÍLIA PEREIRA (DIRETORA)
 ANAISA VERRI (DIRETORA)
 DANILO CANCIO
 NADDY GLOIRE MBIZI (STILL)
 JULIA ZUCCHI (COLORIZAÇÃO)
 WAGNER SANT (COLORIZAÇÃO)
 ISADORA DIAS (EFEITOS VISUAIS)

FOTOGRAFIA MAKING OF:

BRUNA TASATO (DIRETORA)
 GONÇALO MATHIAS
 GABRIEL CORSINI (CAPTADOR DE SOM)

FIGURINOS :

ALEJANDRA MONSI (DIRETORA)
 SARAH VIVAS (DIRETORA)

ACESSÓRIOS:

MILENA TRANOULIS (DIRETOR)
 JULIA ZUCCHI

CARACTERIZAÇÃO:

SERENA VINICIUS (DIRETORA)
 CIRO R. COMIRAN (CABELEIREIRE)
 AURORA LIMA (MAQUIADORA)
 LEE MATIE (MAQUIADORA)

MODELOS:

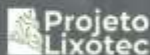
BROOOCOLIX
 LETÍCIA LOPES
 NATHALIA BRUNETTO PINTO
 GIOVANA RIBEIRO

ORIENTADORA:


CAMILA MARQUES

AGRADECIMENTO:

PETULA FERRAZ
 JULIA ZUCCHI
 NELI M. SABBÍ
 PROJETO LIXOTEC
 ACERVO UNILA
 BAR DA TIA



SUMÁRIO



02	Equipe Silver Fever
04	Um Futuro Imaginado
05	Organizando um Projeto Criativo
06	Referências e Moodboard
10	Primeiro Ensaio: Imersão Distópica

SILVER FEVER

CYBERPUNK

UM FUTURO IMAGINADO



A ESTÉTICA FUTURISTA ESTÁ PRESENTE NAS ARTES, FILMES, LITERATURAS DE FICÇÃO, QUADRINHOS, JOGOS, MODA, MÚSICA, AUDIOVISUAL, ARQUITETURA, ENTRE OUTROS. ELA POSSUI ELEMENTOS QUE EXPRESSAM UM MOVIMENTO DE RESISTÊNCIA DENTRO DE UM SISTEMA.

Ao decorrer dos anos as idealizações de futuro se juntaram à cybercultura e foram abordadas em utopias e distopias ficcionais que se relacionam com o tempo, espaço, e cultura em que se encontram.

A estética Cyberpunk trata-se de uma subcultura que mistura o imaginário futurista com itens da cybercultura e o estilo gótico punk. Ela se passa em ambientes pós-apocalípticos com personagens que lidam com formas de opressão e uma dominação tecnológica.

O cyberpunk foi o movimento ficcional escolhido pelo projeto Silver Fever para ser estudado e executado a fim de compreender de maneira teórica e prática como exercer a arte e a fotografia de um projeto visual com elementos maximalistas e complexos.



Filme: Akira - Katsuhiro Otomo (1988)



Filme: - Metropolis - Fritz Lang (2014)



Video Clip - COME BACK HOME - 2NE1 (2014)



Livro: Maze Runner - James Dashner (2009)



Video Clip - GRL GVING - XG (2023)



Filme: The Matrix (1999) e Matrix Resurrections de (2021)



VideoGame Cyberpunk: 2077 (2020)



Filme: Blade Runner o caçador de androids (1982) e Blade Runner 2049 (2017)

SILVER FEVER

CYBERPUNK

ORGANIZANDO UM PROJETO CRIATIVO ✨



O PRODUTO DE EXTENSÃO SILVER FEVER FOI CRIADO POR DISCENTES DE CINEMA E AUDIOVISUAL DA UNIVERSIDADE DA INTEGRAÇÃO LATINO AMERICANA COM O OBJETIVO DE EXPLORAR AS ÁREAS DE DIREÇÃO DE ARTE E FOTOGRAFIA DENTRO DO CONCEITO DISTÓPICO FUTURISTA CYBERPUNK.

A PRIMEIRA SESSÃO FOTOGRÁFICA MOSTRA O APROFUNDAMENTO DA EQUIPE NA PESQUISA DE SEU CONCEITO, ENQUANTO A SEGUNDA APRESENTA ELEMENTOS DO CYBERPUNK E ALGUMAS REFERÊNCIAS BRASILEIRAS.

PASSO A PASSO

1. CRIAÇÃO DE UM MOODBOARD BASE
2. ORGANIZAÇÃO DE UM ORÇAMENTO INICIAL
3. CONVITES DE PARTICIPAÇÃO DO PROJETO
4. REUNIÃO GERAL COM PITCHING DE IDEIAS E DEFINIÇÃO DO CONCEITO A SER SEGUIDO
5. REUNIÕES PERIÓDICAS COM OS SEGMENTOS DA EQUIPE
6. PROJETOS DE EXECUÇÃO FEITOS POR CADA SETOR
7. REUNIÃO DE APRESENTAÇÃO DE PROJETO DE EXECUÇÃO DE CADA SETOR
8. CAPTAÇÃO E COMPRA DE ITENS DE ARTE
9. CONFEÇÃO DE ITENS CENOGRÁFICOS E DE FIGURINO
10. TESTES DE FIGURINO E MAQUIAGEM
11. EXECUÇÃO DAS FOTOGRAFIAS
12. EDIÇÃO DE FOTOGRAFIAS
13. ESTUDO DE POSSIBILIDADES DE DISTRIBUIÇÃO E EXPOSIÇÃO
14. EXPOSIÇÕES PRESENCIAIS
15. EXPOSIÇÕES EM PLATAFORMAS DA INTERNET



DIVISÃO DE EQUIPE





NATHALIA

Cabelo penteado e estruturado com gel

Olhos Azul Glossy e boca escura

Acessório prateado no rosto + orelha de elfo prateada.

OU

Pele Básica e sóbria.

PROJETO

LETÍCIA

Acessório prateado no nariz.

Delineado preto marcante Blush rosa cintilante

Cabelo em tranças com acessórios

Pele básica e levemente brilhante Batom azul

Acessórios unhas prateadas

GIOVANA

Rosto com spikes

Boca marrom com brilho. Blush rosa cintilante

Olhos dramáticos prateados.

Pele Básica e sóbria.

Cabelo: frente com gel, duas ou mais tranças, parte de trás parcialmente amarrada.

BROOCOLIX

*Acessório cinza ou prata no rosto. Ciborgue**

Círculo verde neon, delineado branco e veias ciborgues prateadas.

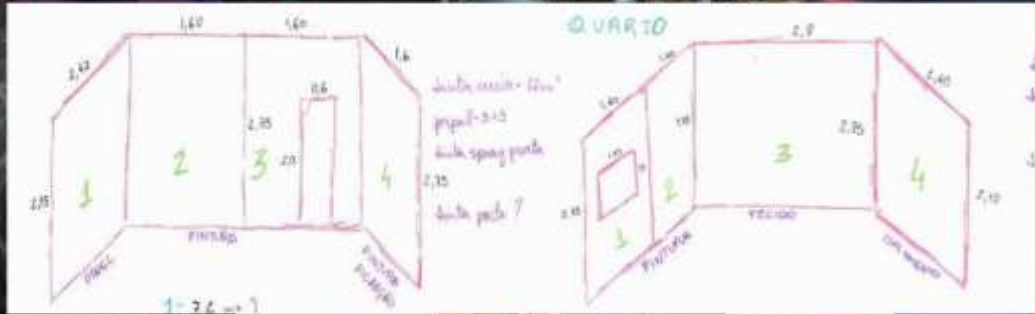
Boca com centro verde.

Pele básica Cabelo Trança.

PROJETO

7

PROJETO







**PRIMEIRO ENSAIO:
IMERSÃO DISTÓPICA**

**BROOCOLIX
GIOVANA RIBEIRO
NATHALIA BRUNETTO PINTO
LETÍCIA LOPES**











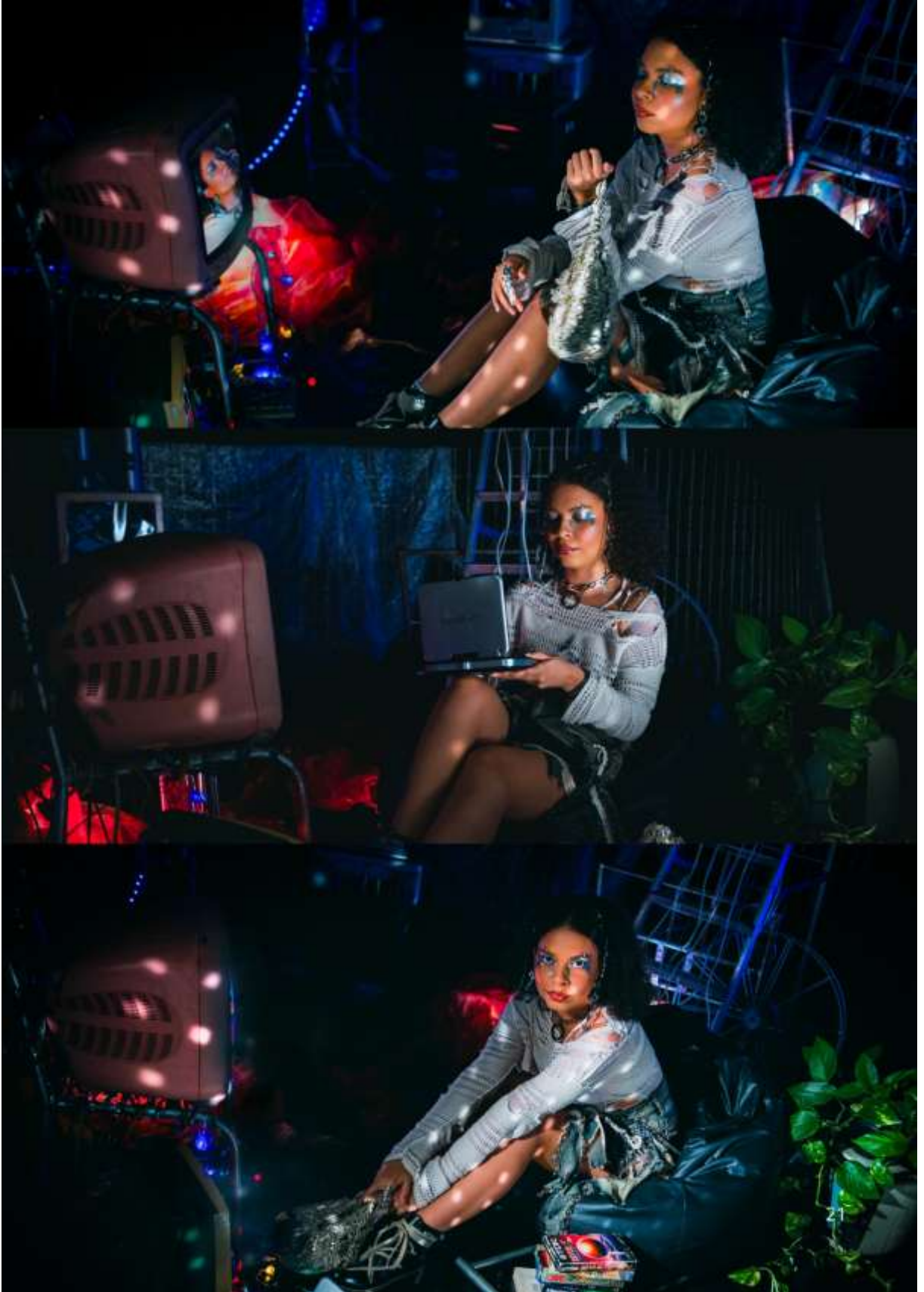












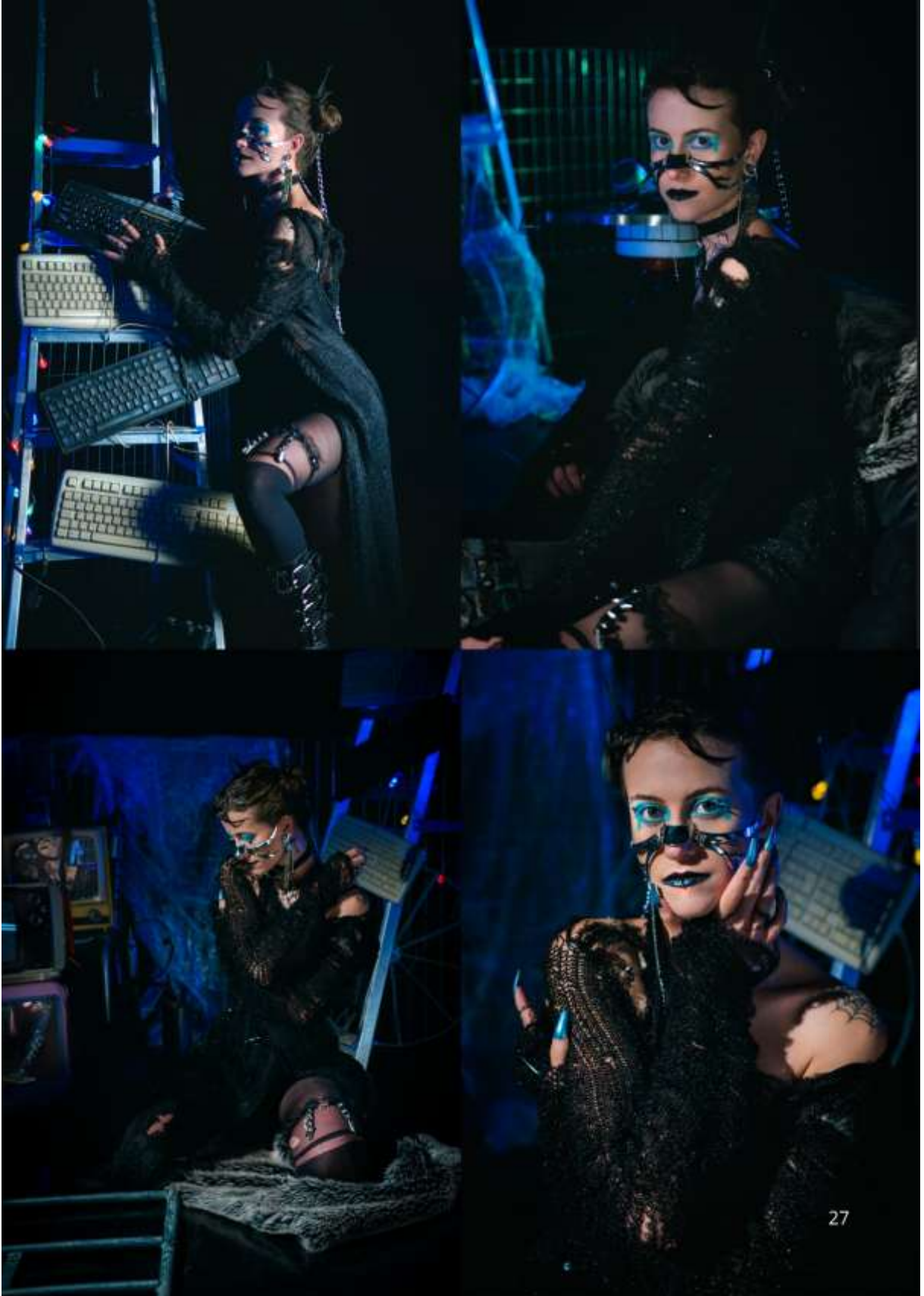






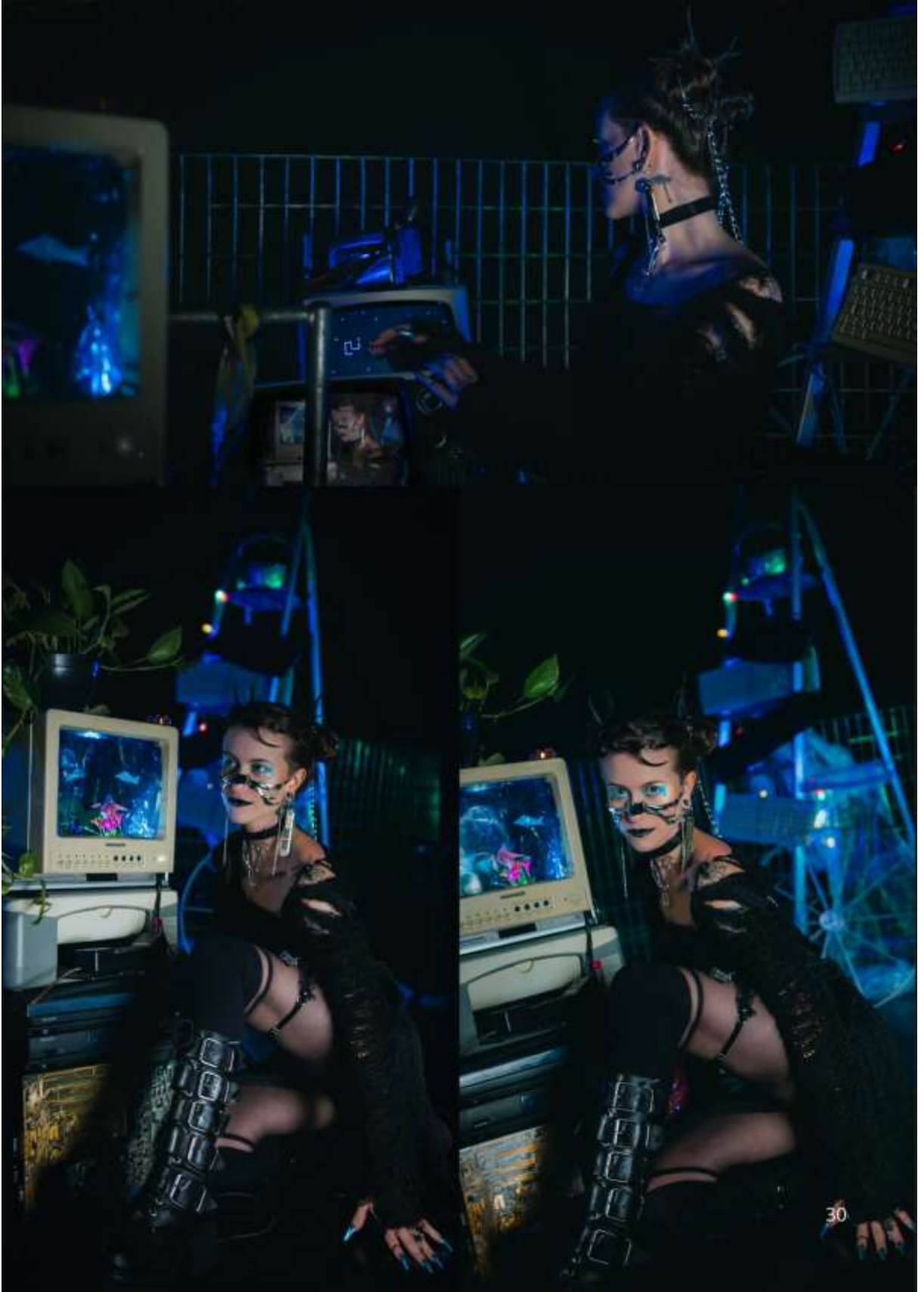


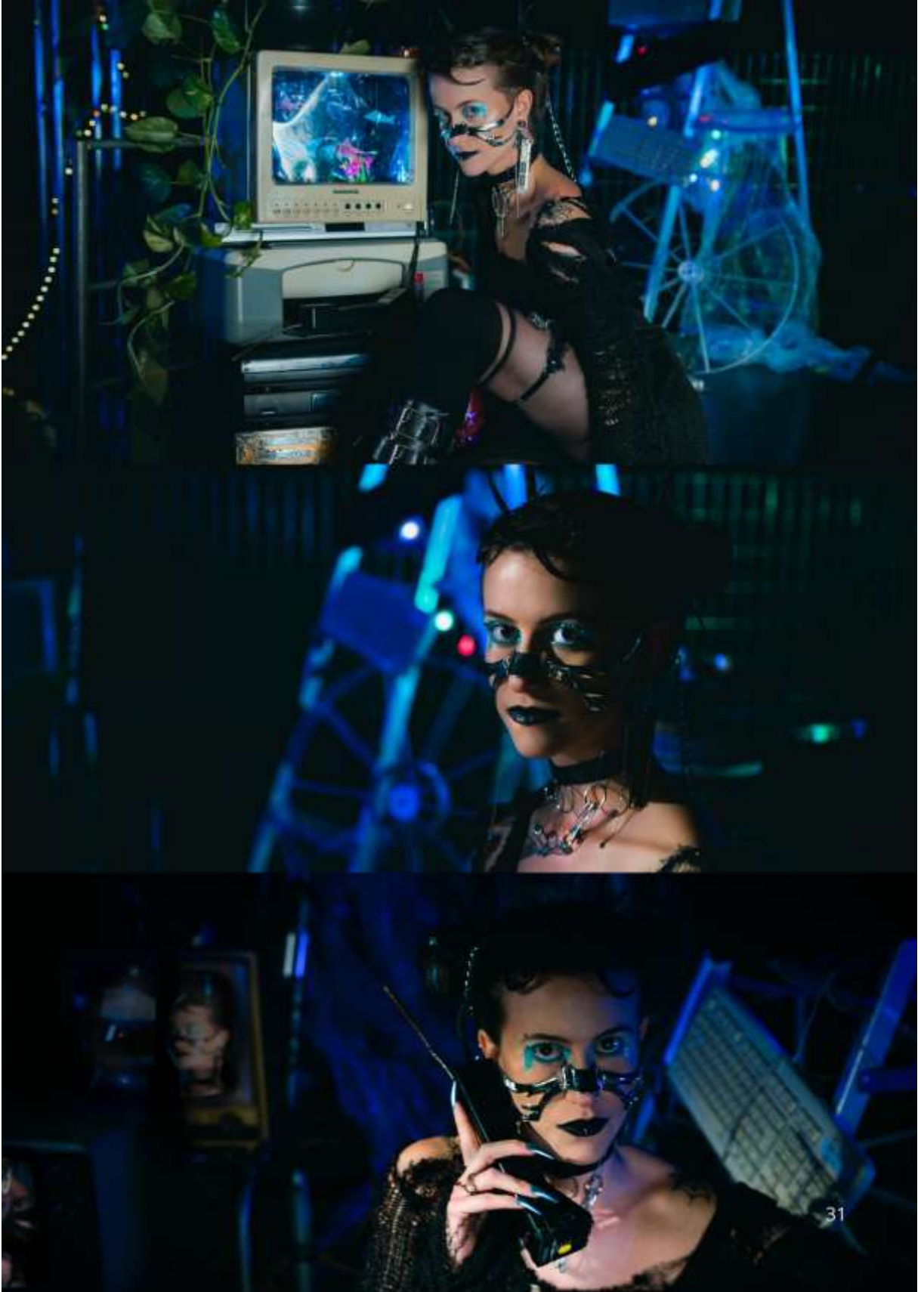




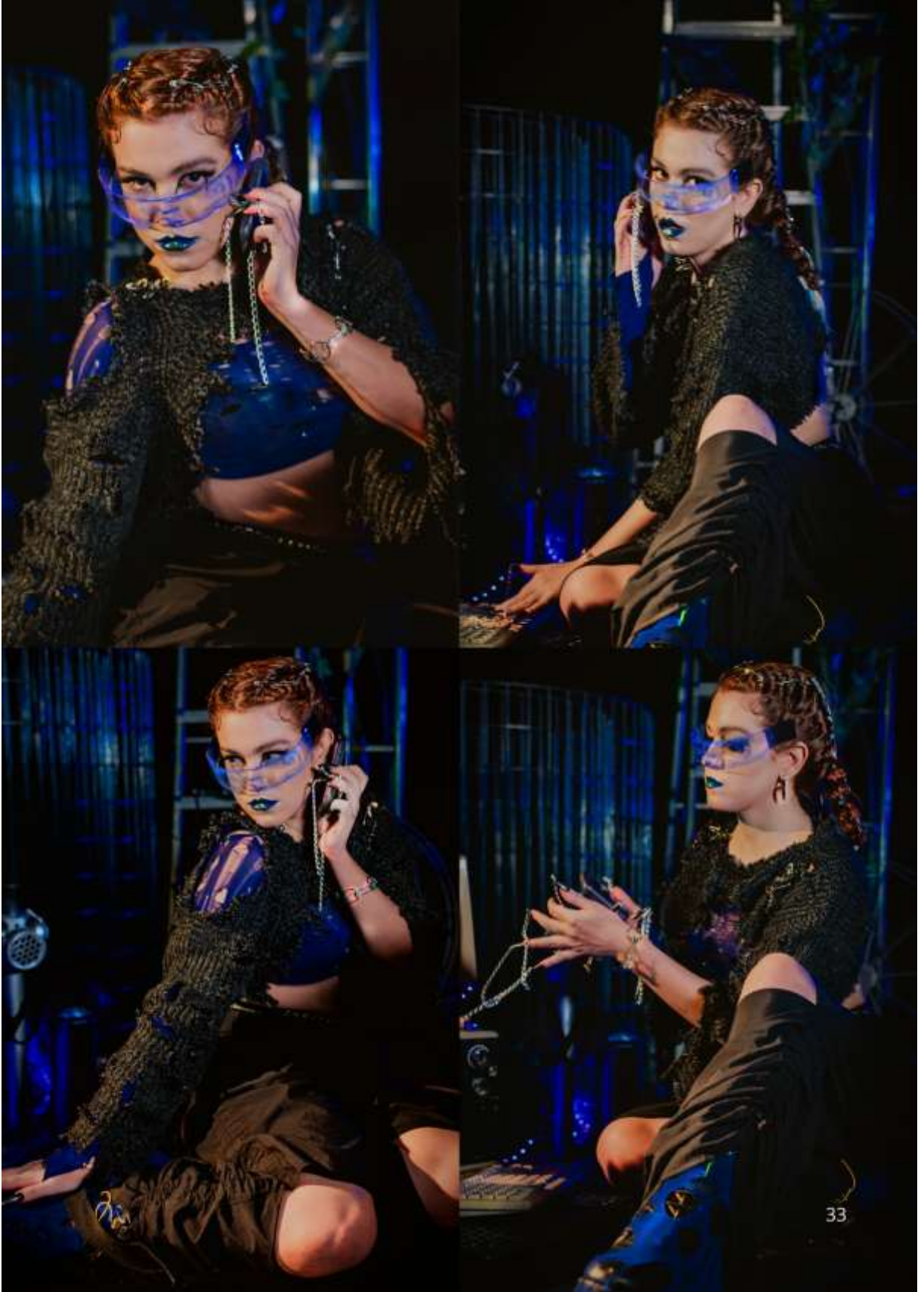


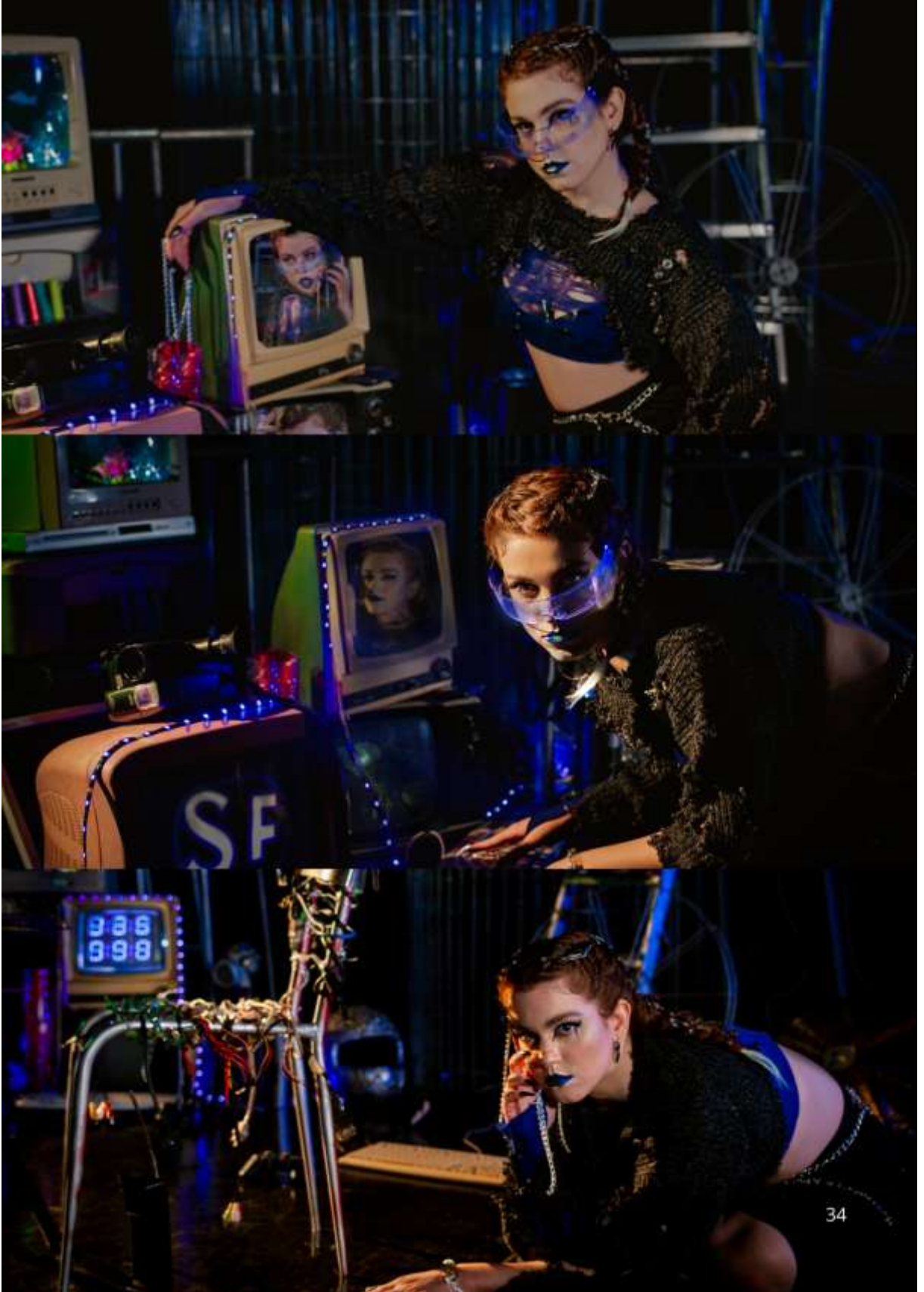














35







