

Moda

Quando o figurino rompe a barreira da cena, a moda deixa de contar a história de um filme para transformar as ruas no seu próprio cenário

Dois mundos que se encontram

As roupas de época em *Morro dos Ventos Uivantes* foram destaque fora das telinhas



POR EDUARDO FERNANDES

Mais do que fascínio mútuo, a relação entre moda e cinema sempre despertou conexões e curiosidades para além das telas. Nos últimos anos, especialmente impulsionado pelas redes sociais, o figurino cinematográfico deixou de ser apenas um recurso de cena para se tornar uma extensão do estilo pessoal das pessoas. Essa migração das telas para a vida real e as nuances que envolvem os bastidores da indústria têxtil mostram que vestir-se é, acima de tudo, um ato narrativo.

A transição da roupa do personagem para o cotidiano do espectador não acontece por acaso. A chave está na identificação emocional e no desejo de incorporar a atitude do filme. “A transição de um figurino para o guarda-roupa começa quando o look deixa de apenas vestir o personagem e passa a traduzir um estado de espírito ou um desejo latente do público. O espectador não quer necessariamente se fantasiar como o protagonista, mas, sim, absorver a atitude, o poder ou a estética que aquela peça representa na tela”, explica a professora de moda Krystie Ribeiro.

Com a rapidez das plataformas de imagem e vídeo, esses elementos visuais são rapidamente traduzidos em conteúdos de “como copiar o look”. Em seguida, o mer-

cado de varejo capta esse movimento e produz silhuetas e texturas em larga escala. De acordo com Krystie, quando o consumidor mistura essas novidades ao seu acervo diário, o ciclo se completa: a roupa deixa de contar a história de um roteiro para se transformar em expressão pessoal.

E apesar de esse caminho ser ainda mais natural dentro dessa narrativa contemporânea, os passos largos foram dados no passado. Ainda que a internet não fosse o que é hoje, filmes como *Garotas malvadas* (famosas por ‘às quartas usamos rosa’), *O diabo veste Prada* e *De repente 30* foram primordiais para que o ideal de moda conquistasse outro entendimento dentro da ficção e do universo fashion.

Duas velocidades

No cenário atual, o cinema opera em dois ritmos distintos no ecossistema da moda. Por um lado, o setor alimenta microtendências passageiras e de curto prazo ao fornecer recortes visuais marcantes para as redes sociais. Plataformas como TikTok e Instagram descontextualizam figurinos de impacto, gerando picos imediatos de engajamento, que são rapidamente absorvidos pelo fast fashion e descartados logo em seguida. Segundo Krystie, um exemplo claro desse fenômeno ágil é a cinebiografia *Michael* (2026), na qual a icônica jaqueta

vermelha e a alfaiataria militarizada geraram virais instantâneas em formato de vídeos curtos.

Por outro lado, o cinema também possui a capacidade de ditar tendências de longo prazo ao construir universos narrativos capazes de redefinir o zeitgeist (o espírito do tempo) e transformar hábitos reais de consumo. O próprio filme *Michael* atua como um catalisador estrutural ao ajudar a sedimentar o resgate da jaquetaria de couro e das peças varsity dos anos 1980 no guarda-roupa urbano atual. Na mesma linha, a professora de moda resalta que longas como *O diabo veste Prada 2* (2026) exemplificam essa força perene ao resgatar a sofisticação da estética de escritório.

“Assim, isso contribui para o mercado recolocar o corte seco, os sobretudos e a alfaiataria impecável no desejo do consumidor, quebrando a sequência de moda puramente casual dos últimos anos”, detalha a especialista. Dessa forma, o cinema, de mãos dadas com a moda, é capaz de não somente retornar ícones do vestuário a longo prazo, mas também fazer com que eles sejam lembrados, mesmo que por um curto período de tempo.

O olhar crítico e criativo

Se por um lado o cinema dita estética, por outro ele tem o papel de questionar o próprio glamour que a moda pro-