

# Moda, Identidade e Branding 2

Régis Puppim  
Elisângela Tavares da Silva  
(Organizadores)

Atena  
Editora  
Ano 2022

# Moda, Identidade e Branding 2

Régis Puppim  
Elisângela Tavares da Silva  
(Organizadores)

Atena  
Editora  
Ano 2022

**Editora chefe**

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

**Editora executiva**

Natalia Oliveira

**Assistente editorial**

Flávia Roberta Barão

**Bibliotecária**

Janaina Ramos

**Projeto gráfico**

Camila Alves de Cremo

Daphynny Pamplona

Gabriel Motomu Teshima

Luiza Alves Batista

Natália Sandrini de Azevedo

**Imagens da capa**

iStock

**Edição de arte**

Luiza Alves Batista

2022 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2022 Os autores

Copyright da edição © 2022 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-Não-Derivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

**Conselho Editorial****Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**

Prof. Dr. Adilson Tadeu Basquerote Silva – Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí

Prof. Dr. Alexandre de Freitas Carneiro – Universidade Federal de Rondônia

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Profª Drª Ana Maria Aguiar Frias – Universidade de Évora

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa



Prof. Dr. Antonio Carlos da Silva – Universidade Católica do Salvador  
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais  
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília  
Prof. Dr. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí  
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense  
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense  
Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Cristina Gaio – Universidade de Lisboa  
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília  
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia  
Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo  
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá  
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará  
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima  
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros  
Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná  
Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice  
Prof. Dr. Jadilson Marinho da Silva – Secretaria de Educação de Pernambuco  
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador  
Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México  
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense  
Prof. Dr. Kárpio Márcio de Siqueira – Universidade do Estado da Bahia  
Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal do Paraná  
Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins  
Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Lucicleia Barreto Queiroz – Universidade Federal do Acre  
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros  
Prof. Dr. Lucio Marques Vieira Souza – Universidade do Estado de Minas Gerais  
Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Marianne Sousa Barbosa – Universidade Federal de Campina Grande  
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas  
Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso  
Prof. Dr. Pedro Henrique Máximo Pereira – Universidade Estadual de Goiás  
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco  
Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador  
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí  
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador  
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins



**Diagramação:** Camila Alves de Cremo  
**Correção:** Yaidy Paola Martinez  
**Indexação:** Amanda Kelly da Costa Veiga  
**Revisão:** Os autores  
**Organizadores:** Régis Puppim  
Elisângela Tavares da Silva

### Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

M689 Moda, identidade e branding 2 / Organizadores Régis Puppim, Elisângela Tavares da Silva. – Ponta Grossa - PR: Atena, 2022.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-5983-922-3

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.223222302>

1. Desenho de moda. I. Puppim, Régis (Organizador). II. Silva, Elisângela Tavares da (Organizadora). III. Título.

CDD 741.672

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

**Atena Editora**

Ponta Grossa – Paraná – Brasil

Telefone: +55 (42) 3323-5493

[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)

contato@atenaeditora.com.br



## DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.



## DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access*, *desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.



## APRESENTAÇÃO

O livro “Moda, Identidade e Branding” é uma obra coletiva, feita à muitas mãos e de diversas perspectivas, que propõe reflexões críticas sobre a Identidade, como ser, pessoa ou usuário, como objeto ou, ainda, como produção, no campo de estudos da Moda. No livro, constam pesquisas e proposições feitas por autores oriundos de diferentes regiões do Brasil e reconhecidas instituições de ensino.

Para uma melhor percepção e leitura é primordial resgatar as significâncias dos termos “Moda”, “Identidade” e “Branding”, como meio de catalisar a leitura e tornar as reflexões propostas, por ela, ainda mais estruturadas e provocativas.

“Moda” é um termo que tem significado diferente se escrito “moda” (com ‘m’ minúsculo) ou se escrito “Moda” (com ‘M’ maiúsculo). Aqui, nesta abordagem, trata-se do termo “Moda” (com ‘M’ maiúsculo) por relatar um campo de estudos que envolve, por muitíssimas vezes, o vestuário e as representações visuais dele como cerne de discussões. Neste sentido, “Moda”, aqui, significa, portanto, a demonstração visual, por meio do vestuário e das práticas vestimentares, de significados criados intencionalmente (com ou sem consciência), seja no cotidiano ou em ocasiões especiais.

“Identidade” reflete sobre a individualidade e a capacidade de diferenciação do todo, em uma pessoa e/ou em um objeto, por meio da singularidade de características. Nesta obra, a “Identidade” tem a ver em como a roupa e o vestuário podem expressar e identificar um indivíduo como singular, e, ao mesmo tempo, pertencente, mas diferente, de um grupo (ou grupos) social (sociais).

Por fim, “Branding” pode ser compreendido como ‘gestão de marca’, especialmente conectada à questão de Identidade Visual, onde o propenso consumidor pode memorar à marca através de elementos visuais, como cores, símbolos, signos etc. Na ocasião, o “Branding” é entendido como a percepção de construir e gerenciar identidades, também, através de elementos expressos no vestuário e nas práticas vestimentares.








Os capítulos constam de diferentes visões e propósitos para estas temáticas, de modo a propiciar uma perspectiva multidisciplinar e contributiva para os próximos passos em favor de uma Moda com maior expressão da sua Identidade (e as estratégias para exposição desta). Todos os capítulos foram feitos com esforços de pesquisas sérias e revisados, de modo a apresentar o melhor possível dos resultados alcançados.




Boa leitura e que o espírito da uma melhor percepção possa contaminar, também, a você.

Régis Puppim  
Elisângela Tavares da Silva



## SUMÁRIO

<b>CAPÍTULO 1</b> .....	<b>1</b>
A ARTE DO SABER FAZER – MODA, ARTE E SUSTENTABILIDADE. PESQUISA DE TÉCNICAS ARTESANAIS	
Maria Goretti da Silva	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.2232223021">https://doi.org/10.22533/at.ed.2232223021</a>	
<b>CAPÍTULO 2</b> .....	<b>6</b>
A MODA COMO ELEMENTO SOCIAL: MERCADO E CONSUMO	
Letícia Soster Arrosi	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.2232223022">https://doi.org/10.22533/at.ed.2232223022</a>	
<b>CAPÍTULO 3</b> .....	<b>22</b>
AS METODOLOGIAS ATIVAS E O ENSINO DE ERGONOMIA	
Marly de Menezes	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.2232223023">https://doi.org/10.22533/at.ed.2232223023</a>	
<b>CAPÍTULO 4</b> .....	<b>30</b>
DESIGN ETNOGRÁFICO COMO MÉTODO DE PESQUISA PARA A CRIAÇÃO DE FIGURINOS PARA DANÇA CONTEMPORÂNEA	
Henrique de Souza Goulart	
Icléia Silveira	
Lucas da Rosa	
Daniela Novelli	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.2232223024">https://doi.org/10.22533/at.ed.2232223024</a>	
<b>CAPÍTULO 5</b> .....	<b>43</b>
FATORES QUE INTERFEREM NO CONSUMO DE MODA DE VESTUÁRIO SOB UMA PERSPECTIVA SUBJETIVA	
Roseane Grossi Silva	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.2232223025">https://doi.org/10.22533/at.ed.2232223025</a>	
<b>CAPÍTULO 6</b> .....	<b>55</b>
INDUMENTÁRIA FEMININA DOS ANOS 1920: ANÁLISE DO FILME “O GRANDE GATSBY” PRODUZIDO EM 2013	
Mariana de Paula Vasconcelos	
Francisca Raimunda Nogueira Mendes	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.2232223026">https://doi.org/10.22533/at.ed.2232223026</a>	
<b>CAPÍTULO 7</b> .....	<b>62</b>
MODA E TRANSMÍDIA: AS TENDÊNCIAS LANÇADAS PELAS NOVELAS PARA O PÚBLICO DE MASSA	
Jaqueline Hübner	
Graziela Morelli	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.2232223027">https://doi.org/10.22533/at.ed.2232223027</a>	

<b>CAPÍTULO 8</b> .....	<b>71</b>
O QUE HÁ POR BAIXO? UM ESTUDO SOBRE CORPOS E SUAS MÚLTIPLAS EXPRESSÕES NA MODA CONTEMPORÂNEA	
Angeline Goulart Marques	
Bárbara Muhammad Crosara	
Adair Marques Filho	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.2232223028">https://doi.org/10.22533/at.ed.2232223028</a>	
<b>CAPÍTULO 9</b> .....	<b>89</b>
O VESTUÁRIO NA POLÍTICA DE GETÚLIO VARGAS	
Ana Caroline Marques Miranda	
Gabriela Salles de Melo	
Marcelo Capre Dias	
Márcio Roberto Ghizzo	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.2232223029">https://doi.org/10.22533/at.ed.2232223029</a>	
<b>CAPÍTULO 10</b> .....	<b>96</b>
UPCYCLING NA MALHARIA RETILÍNEA: UM ACESSÓRIO FASHION	
Ana Paula Gentile	
Francisca Dantas Mendes	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.22322230210">https://doi.org/10.22533/at.ed.22322230210</a>	
<b>SOBRE OS ORGANIZADORES</b> .....	<b>106</b>
<b>ÍNDICE REMISSIVO</b> .....	<b>108</b>

## INDUMENTÁRIA FEMININA DOS ANOS 1920: ANÁLISE DO FILME “O GRANDE GATSBY” PRODUZIDO EM 2013

Data de aceite: 01/02/2022

Data de submissão: 26/10/2021

### Mariana de Paula Vasconcelos

Universidade Federal do Ceará  
Fortaleza - Ceará

<http://lattes.cnpq.br/1228590043716767>

### Francisca Raimunda Nogueira Mendes

Universidade Federal do Ceará  
Fortaleza - Ceará

<http://lattes.cnpq.br/6279132644504627>

**RESUMO:** Este trabalho tem como objetivo analisar aspectos em comum da indumentária dos anos 1920 com o figurino da personagem feminina principal Daisy do filme “O Grande Gatsby” produzido em 2013. Para isso, utilizou-se a pesquisa bibliográfica e documental sobre a indumentária feminina do período. A indumentária da personagem foi analisada no que se refere à silhueta e materiais.

**PALAVRAS-CHAVE:** Figurino. O Grande Gatsby. Filme.

### FEMALE COSTUME OF THE 1920'S: ANALYSIS OF THE “GREAT GATSBY” FILM PRODUCED IN 2013

**ABSTRACT:** This work aims at analyzing common aspects of 1920s clothing with the costume of the main female character Daisy from the movie The Great Gatsby produced in 2013. We used bibliographical and documentary research on

women's clothing of the period. The costume of the character was examined regarding silhouette and materials.

**KEYWORDS:** Stage costume. The Great Gatsby. Movie.

## 1 | INTRODUÇÃO

O figurino é uma ferramenta essencial para o entendimento de um espetáculo. Ele ajuda tanto o ator a compor seu personagem como interpretá-lo. Também ajuda o espectador a compreender o personagem em seus aspectos físicos e psicológicos.

O estudo de figurino, notadamente de figurino de época, mostra-se relevante para a área de moda, uma vez que há poucos estudos acadêmicos nessa área, como afirma Nóbrega (2015). Mesmo com pouca literatura, alguns autores como Muniz (2004), que conta a história do figurino de teatro no Brasil e o dia-a-dia do trabalho de um figurinista, e Leite e Guerra (2002), que mostram para o público em geral a complexidade da feitura de figurinos para as telenovelas, escreveram sobre o tema figurino.

Esse trabalho é um estudo do figurino feminino do filme “O Grande Gatsby” produzido em 2013 e dirigido por Baz Luhrmann. O filme é baseado no livro O Grande Gatsby escrito por Francis Scott Key Fitzgerald em 1925. A escolha desse filme deveu-se ao fato de que ele se mostra um bom exemplar para pesquisa em

moda por ter sido muito elogiado pela crítica cinematográfica, tendo inclusive vencido o prêmio *Oscar* de melhor figurino no ano de 2013.

O objetivo geral deste trabalho é analisar os aspectos em comum da indumentária dos anos 1920 com o figurino da personagem Daisy. Os objetivos específicos que se pretendem alcançar são estudar a indumentária, calçados e acessórios, como bijuterias, chapéus, etc. usados na década de 1920; analisar materiais utilizados na confecção da indumentária e dos acessórios e observar e comparar as adaptações utilizadas no filme para reproduzir a indumentária dessa década através de livros que retratam a indumentária da época com as usadas nesse filme.

A metodologia empregada neste trabalho foi a análise do figurino feminino da personagem principal Daisy, por aparecer com mais trocas de roupa e possibilitar a análise do figurino utilizado nesse filme com a indumentária da época. A pesquisa aqui proposta pode ser definida como sendo qualitativa de cunho documental. Documentos são definidos por Godoy (1995) como materiais escritos, como jornais, diários e obras científicas e materiais iconográficos, como imagens, fotografias e filmes. Outro autor que também define as fontes da pesquisa documental é Pádua (2004), para quem a pesquisa documental pode ser fontes não escritas, como fotos, filmes e audiovisuais. Desse modo, o principal documento utilizado para a pesquisa documental deste trabalho é o filme “O Grande Gatsby”, produzido em 2013.

## 2 | INDUMENTÁRIA FEMININA NA DÉCADA DE 1920

Segundo Wiser (2010), os ballets russos haviam ditado a moda no final do estilo anterior, a *Belle Époque*, com seu exótico orientalismo. Os figurinos e cenários desses espetáculos influenciaram o principal estilista dos anos que antecederam a Primeira Grande Guerra, segundo Paul Poiret. “Mas a alta moda foi desmantelada pelo conflito europeu” (WISER; 2010, p. 84) e a indústria têxtil entrou em colapso. Entretanto, com o fim da guerra em 1918, estilistas, cortadores, montadores, modelos e vendedores voltaram a trabalhar. Os lanifícios do norte e as fábricas de seda dos arredores de Lyon foram reconstruídos. “As mulheres da sociedade voltaram-se de início para Poiret, Worth e Molyneux em busca dos guarda-roupas de luxo que lhes tinham sido negados durante os quatro anos de austeridade no vestir” (WISER; 2010, p. 85).

Os anos 1920, conforme Braga (2004), foram considerados os “anos loucos” devido às muitas mudanças ocorridas no período. Com o fim do estilo *Art Nouveau*, chega à década de 1920, um novo estilo, chamado de *Art Déco*. “Geralmente situa-se o Art Déco nos anos 1920 ou mesmo na época entre as duas guerras mundiais. Não só os móveis, as jóias, a pintura e a moda submeteram-se a formas geométricas” (NERY, 2007; pág. 208).

A mulher continua sua luta por independência, conquistada com a Primeira Guerra, e trabalha para conseguir seu dinheiro. Uma das diversões da época foi a dança que

contribuiu para as mudanças nas roupas. “Os ritmos mais em evidência foram o *charleston*, o *foxtrote* e o *jazz*” (BRAGA, 2004, p.73).

Uma mulher diferente passa a existir agora, como diz Laver (2008). Elas procuraram um visual andrógino e se pareciam muito com os homens da época. A cintura foi deslocada para a altura do quadril e usavam os achatadores de seios para não mostrar volume. O destaque foi para o cabelo, com o corte à *la garçonne* como afirma Braga (2004) em: “não esquecendo dos cabelos, que se tornaram bem curtos, à altura do queixo, um reflexo da emancipação feminina e, mais curtos ainda com o famoso corte à *la garçonne*, ou seja, “à maneira dos meninos” (BRAGA, 2007; pág. 74).

Para que as novidades da chapelaria se harmonizassem - o chapéu cloche ou em forma de sino, que revestia a cabeça com um elmo, os bandeaza ou faixas de tecido ou joias na testa, os turbantes e os chapéus de toureiro -, era inevitável que as mulheres usassem o cabelo mais curto (WISER; 2010, p. 89).

### 3 | FIGURINO DA PERSONAGEM DAISY DO FILME O GRANDE GATSBY

O figurino da personagem Daisy será analisado através de fotos de sua aparição no filme e comparadas com a moda usada na época retratada no filme.



Figura 1- Lenço estampado usado por Daisy

Fonte: Montagem elaborada pela autora. Imagens retiradas de pesquisas no *Pinterest*<[https://br.pinterest.com/search/pins/?q=the%20great%20gatsby%20daisy&rs=typed&0=the%20great%20gatsby%20daisy%7Ctyped&remove\\_refine=the%20great%20gatsby%20fashion%7Cautocomplete%7C1](https://br.pinterest.com/search/pins/?q=the%20great%20gatsby%20daisy&rs=typed&0=the%20great%20gatsby%20daisy%7Ctyped&remove_refine=the%20great%20gatsby%20fashion%7Cautocomplete%7C1)>. Acesso no dia 07 de Junho de 2016.

Este figurino usado por Daisy na cena na qual ela faz uma visita à casa de Gatsby pela manhã nota-se o lenço na cabeça que segundo Boucher (2012) entre 1920 a 1939, as mulheres passam a usar tecidos suntuosos com tons fortes para adornar a cabeça, como o

lenço. Muitas vezes eram utilizados “xales ou lenços com franjas de seda que cobriam os decotes profundos nas costas dos vestidos de festa” (NERY, 2007; p. 211).



Figura 2 –Vestido lilás usado por Daisy

Fonte: Montagem elaborada pela autora. Imagens retiradas de pesquisas no *Pinterest* <[https://br.pinterest.com/search/pins/?q=the%20great%20gatsby%20daisy&rs=typed&0=the%20great%20gatsby%20daisy%7Ctyped&remove\\_refine=the%20great%20gatsby%20fashion%7Cautocomplete%7C1](https://br.pinterest.com/search/pins/?q=the%20great%20gatsby%20daisy&rs=typed&0=the%20great%20gatsby%20daisy%7Ctyped&remove_refine=the%20great%20gatsby%20fashion%7Cautocomplete%7C1)>. Acesso no dia 07 de Junho de 2016.

Este figurino é da cena em que a personagem vai à casa do seu primo, Nick, para tomar um chá da tarde. Os vestidos eram usados com meias finas da cor da pele como afirma Braga (2007, p. 73) “as meias fizeram sucesso e as de seda natural tornaram-se claras para, de fato, dar a ideia de cor de pele”. Nos pés os sapatos fechados com tira no peito do pé. BRAGA (2007, p. 74) afirma que as mulheres da época usavam sapatos com presilhas laterais e suas alças passavam por cima do peito do pé. “As mulheres calçavam sapatos à *barette* (de presilha abotoada) com saltos carretel[...].” (SENAC, 2000; p. 76).

Outro detalhe foi o corte de cabelo utilizado pela personagem. Conhecido como corte à *la garçonne*, os cabelos eram curtos, à altura do queixo (BRAGA, 2007).



Figura 3 –Chapéu cloche e vestido branco

Fonte: Montagem elaborada pela autora. Imagens retiradas de pesquisas no *Pinterest*<[https://br.pinterest.com/search/pins/?q=the%20great%20gatsby%20daisy&rs=typed&0=the%20great%20gatsby%20daisy%7Ctyped&remove\\_refine=the%20great%20gatsby%20fashion%7Cautocomplete%7C1](https://br.pinterest.com/search/pins/?q=the%20great%20gatsby%20daisy&rs=typed&0=the%20great%20gatsby%20daisy%7Ctyped&remove_refine=the%20great%20gatsby%20fashion%7Cautocomplete%7C1)>. Acesso no dia 07 de Junho de 2016.

Este figurino é da cena na qual Daisy depois do almoço em sua casa, resolve ir com o marido, Nick, Jordan e Gatsby para a cidade. Nota-se a saia com barra irregular como afirma “Fizeram-se presentes ainda comprimentos distintos para a frente e para as costas dos vestidos, que atrás eram mais longos [...]” (BRAGA, 2007; p. 74). Nota-se também o chapéu estilo sino descrito pelo autor “Surgiu também, nesta década, a moda do chapéu cloche, que em francês quer dizer sino, por parecer com o bordão de um sino. Era bem enfiado na cabeça e as pequenas abas costumavam cair pelas laterais” (BRAGA, 2007; p.74).

#### 4 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pelo exposto, neste trabalho sobre o figurino feminino da personagem principal Daisy do filme *O Grande Gatsby* (2013) teve seu objetivo alcançado ao analisar através de uma pesquisa bibliográfica e documental os aspectos da indumentária, calçados e acessórios da década de 1920 e compará-los ao figurino do filme. Nota-se a importância do figurino para caracterização de uma personagem, pois quando bem feito, é possível perceber através da roupa, a época em que a história se passa e várias características das personagens. No filme *O Grande Gatsby* (2013), objeto de estudo escolhido para este trabalho, nota-se um figurino de época bem elaborado. Através do figurino aqui analisado da personagem principal Daisy, confirma-se que este figurino retrata a indumentária da década de 1920 no que se refere a vestidos, chapéus, acessórios e calçados.

## REFERÊNCIAS

BOUCHER, François. **História do vestuário no ocidente das origens aos nossos dias**. Edição ampliada. Por Yvone Deslandres. Cosac Naify; São Paulo, 2012.

BRAGA, João. **História da Moda**: uma narrativa. 4ª ed. Editora Anhembi Morumbi. São Paulo, 2007.

DINIZ, Pedro. “**O Grande Gatsby**” resgata o desejo de extravagância dos anos 1920. São Paulo, 02 jun. 2013. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2013/06/1287876-o-grande-gatsby-resgata-desejo-de-extravagancia-dos-anos-1920.shtml>> Acessado em 08/05/2015

FRASER, Tom e BANKS, Adam. **O essencial da cor no design**. Editora Senac. São Paulo, 2011.

GODOY, Arilda Schimidt. **Pesquisa qualitativa**: tipos fundamentais. In: revista de Administração de Empresa São Paulo v. 35, n.3, p. 20-29 Mai./Jun. 1995. Acessado em 15/03/2015.

HELLER, Eva. **Psicologia das cores**: como as cores afetam a razão e a emoção. 1ª ed. São Paulo. Editora: Gustavo Gilli, 2013.

LAVER, James. **A roupa e a moda**: uma história concisa. Companhia das Letras. São Paulo, 2008.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

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

NERY, Marie Louise. **A evolução da indumentária**: subsídios para criação de figurino. Editora: Senac Nacional. Rio de Janeiro, 2007.

NÓBREGA, Gabriella Cabral da. **Em cores, formas e personas**: uma análise de figurino para construção de personagens. Monografia. Universidade Federal do Ceará. Fortaleza, 2015.

OLIVEIRA, Ana Claudia e outros. **Dobras**. São Paulo: Estação das Cores e Letras, 2013.

PÁDUA, Elisabete Matallo Marchesini de. **Metodologia Da Pesquisa**: Abordagem Teórico-Prática. 10. ed. Campinas: Papyrus Editora, 2004.

SABINO, Marco. **Dicionário da Moda**, Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

SILVA, Elizabeth Murilho da Silva. **Juventude e moda em O Grande Gatsby**. In: Dobras. São Paulo: Estação das Cores e Letras, 2013.

SENAC – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial, Rio de Janeiro: Editora SENAC, 2000.

STEVENSON, N. J. **Cronologia da moda**: de Maria Antonieta a Alexander McQueen. Zahar; Rio de Janeiro; 2012.

WISER, William. **Os anos loucos**: Paris na década de 1920. Título Original: The crazy years: Paris in the twenties. Tradução: Leonardo Fróes. José Olímpio; Rio de Janeiro, 2010.



UOL Mulher. “**O Grande Gatsby**” traz boas referências de moda; copie os looks. São Paulo, 14 jun. 2013. Disponível em: <<http://mulher.uol.com.br/moda/noticias/redacao/2013/06/14/figurino-gatsby.htm>> Acessado em 08/05/2015

<http://ffw.com.br/noticias/cinema/conheca-os-cinco-filmes-indicados-ao-oscar-2014-de-melhor-figurino/> acessado em 02/04/2015

<http://ffw.com.br/noticias/cinema/conheca-os-cinco-filmes-indicados-ao-oscar-2014-de-melhor-figurino/> acessado em 02/04/2015

<http://ffw.com.br/noticias/moda/com-figurino-da-prada-the-great-gatsby-resgata-o-glamour-dos-anos-1920/> acessado em 01/04/2015

[http://www.josewilker.com/material\\_didatico/semiotica/cores/Texto%20Israel%20Pedrosa,%20Cores.pdf](http://www.josewilker.com/material_didatico/semiotica/cores/Texto%20Israel%20Pedrosa,%20Cores.pdf) acessado em 08/06/2016

## ÍNDICE REMISSIVO

### A

Acessório fashion 96, 101

Artesanato 1, 11, 106

### C

Comportamento 6, 13, 14, 22, 31, 39, 44, 46, 48, 50, 52, 54, 63, 64, 65, 66, 70, 71, 73, 74, 75, 82, 84

Consumo 2, 3, 6, 7, 8, 9, 13, 14, 15, 16, 18, 43, 44, 45, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 62, 63, 64, 66, 70, 72, 73, 78, 87, 95, 98, 100

Corpo 7, 25, 26, 29, 32, 35, 36, 37, 38, 40, 41, 42, 43, 71, 72, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88

Cultura 1, 2, 7, 11, 13, 20, 31, 33, 37, 40, 42, 47, 49, 52, 64, 69, 70, 72, 75, 76, 77, 81, 83, 87, 90, 92, 95, 106

### D

Dança contemporânea 30, 34, 35, 36, 37, 40, 41, 42

Design etnográfico 30, 31, 32, 33, 38, 39, 40, 42

### E

Ensino de moda 22

Ergonomia 22, 25, 26, 28, 38, 41

### F

Figurino 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 63, 64, 68

Filme 10, 14, 55, 56, 57, 59

### G

Getúlio Vargas 89, 90, 91, 92, 93, 94

### I

Identidade 2, 13, 54, 69, 71, 72, 74, 75, 76, 78, 79, 81, 84, 85, 87, 90, 95, 106

Indumentária masculina 89

### M

Mercado 1, 2, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 20, 26, 32, 44, 46, 54, 68, 70, 73, 98, 100

Metodologias ativas 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29

Moda 1, 2, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 25, 26, 28, 29, 34, 35, 37, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 82, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 93, 95, 96, 97, 99, 100, 101, 104, 105, 106, 107

Moda contemporânea 71, 74, 85, 86, 87

## **O**

O Grande Gatsby 55, 56, 57, 59, 60, 61

## **P**

Política 42, 89, 90, 94, 95

Processo criativo 2, 30, 31, 32, 33, 36, 38, 39

Processo produtivo 96, 97, 101

## **R**

Redesign 1, 2, 4

Resíduos têxteis 96, 99, 101, 104

## **S**

Subjetividade 43, 44, 47, 53, 88

## **T**

Televisão 41, 45, 62, 63, 65, 66, 67, 78

Tendência 10, 11, 12, 15, 17, 45, 51, 62, 63, 68, 85, 98

## **U**

Upcycling 1, 3, 4, 22, 96, 97, 98, 99, 100, 104, 105


## **V**

Vestuário 7, 8, 27, 38, 41, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 60, 64, 70, 78, 79, 82, 87, 89, 96, 97, 99, 101, 105, 106, 107

Vestuário de moda 96, 97, 99, 105

# Moda, Identidade e Branding 2

[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br) 

[contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br) 

[@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora) 

[www.facebook.com/atenaeditora.com.br](https://www.facebook.com/atenaeditora.com.br) 

# Moda, Identidade e Branding 2

[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br) 

[contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br) 

[@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora) 

[www.facebook.com/atenaeditora.com.br](https://www.facebook.com/atenaeditora.com.br) 