

FASHION FILMS: A IMPORTÂNCIA PARA A IDENTIDADE VISUAL DA MARCA E A COMUNICAÇÃO ESTÉTICA NA MODA¹

²NUNES, Maria Eduarda

³GOIS, Miruna Raimundi de

RESUMO

Os *fashion films* surgiram como um gênero único que funde as qualidades visuais e materiais das roupas com a narrativa cinematográfica. Esses filmes comumente priorizam o estilo em vez da narrativa convencional, apresentando elementos da história de uma maneira altamente fragmentada que enfatiza impressões subjetivas em vez de progressão linear. Este trabalho tem como objetivo compreender como a identidade visual de marcas de moda quando aplicadas em seus *fashion films* contribuem para a construção da relação entre marca e consumidor. Nesse contexto, os trabalhos de Simone Rocha, especialmente as coleções *Autumn/Winter 2020* e *Autumn/Winter 2023*, servem como campo de pesquisa para a abordagem qualitativa e interpretativa utilizada nesta pesquisa. Utilizando como metodologia a análise de conteúdo de Bardin (2016) e a análise de imagem de Joly (2007), a pesquisa parte de quadros comparativos entre ambos os filmes, identificando elementos recorrentes e simbólicos dentro das obras, como feminilidade e herança cultural, reforçando a identidade sensível que a marca promove. Assim, pôde-se observar que os *fashion films* atuam como dispositivos de promoção e consolidação de valores da marca, além de gerar vínculos emocionais com seus consumidores.

PALAVRAS-CHAVES

Design de Moda. *Fashion Film*. Comunicação. Simone Rocha.

1 INTRODUÇÃO

Moda e comunicação desde muito cedo estiveram interligadas. À medida que o século XXI inaugurou tecnologias digitais e plataformas de redes sociais, os *fashion films* passaram de vitrines tradicionais para veículos inovadores de narrativa que refletem a cultura contemporânea. No mundo *fashion*, a produção de *fashion films* tornou-se uma ferramenta indispensável no marketing de moda, especialmente em uma realidade em que a ascensão das redes sociais revolucionaram a forma como as marcas se envolvem com os consumidores. Essa transformação é exemplificada pelo surgimento dos *fashion films*, representando uma forma inovadora de design de moda e narrativa cinematográfica, criando um gênero único que enfatiza a estética visual em detrimento das narrativas tradicionais (Campos, 2023).

Ao criar diferentes narrativas, essas produções não apenas servem para estabelecer uma forte presença para marcas tradicionais, mas também facilitam a expressão de valores e identidades essenciais dentro da indústria. A integração de plataformas digitais como YouTube e

¹ Artigo científico elaborado como requisito parcial à obtenção do título de Tecnólogo em Design de Moda pelo Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, do Instituto Federal de Santa Catarina, Câmpus Jaraguá do Sul. Apresentado no dia 01 de julho de 2025.

² Discente do Curso Superior em Tecnologia de *Design* de Moda do Instituto Federal de Santa Catarina, Câmpus Jaraguá do Sul. Contato: falecommarianunes@gmail.com

³ Docente do Curso Superior em Tecnologia de *Design* de Moda do Instituto Federal de Santa Catarina, Câmpus Jaraguá do Sul. Mestre em Design do Vestuário e Moda (UDESC). Bacharel em Design de Moda (UNOCHAPECO). Contato: miruna.raimundi@ifsc.edu.br

Instagram revolucionou a acessibilidade e a produção de filmes de moda, permitindo não apenas que marcas de luxo estabelecidas, mas também designers independentes amplificassem suas vozes. Essa democratização do meio levou a uma representação mais ampla de estilos e identidades dentro de um *storytelling*, entendido aqui como a narrativa da obra, promovendo um cenário mais inclusivo e diverso (Rees-Roberts, 2020).

Segundo Buffo (2017), nas últimas duas décadas os *fashion films* se tornaram uma ferramenta para que as marcas pudessem transmitir autenticidade e exclusividade, moldando as estratégias de comunicação no setor de vestuário. A crescente importância dos filmes de moda refletem uma predisposição mais ampla em direção ao marketing experimental, caracterizado pela fusão da cinematográfica e da cultura das redes sociais. Soloaga (2016) apresenta a análise de 62 *fashion films* de 2006 a 2016 ressaltando algumas características distintas e destaca seu papel como componentes essenciais da estratégia de marca, particularmente entre marcas de luxo. No entanto, a crescente influência dos *fashion films* também traz desafios, incluindo a necessidade de as marcas equilibrarem a expressão artística com os objetivos comerciais, ao mesmo tempo em que garantem que o envolvimento do público permaneça fiel às suas estratégias.

A marca Simone Rocha é celebrada, então, por sua capacidade de mesclar estética contemporânea com artesanato tradicional, se destacando no cenário com uma abordagem poética e sensorial, inspirando-se em narrativas pessoais e culturais para embasar suas coleções. O *fashion film* AW20 aborda temas de força e feminilidade, apresentando peças de vestuário como símbolos de empoderamento, enquanto o *fashion film* AW23 reflete a herança irlandesa de Rocha por meio de motivos inspirados em rituais tradicionais de namoro, ressaltando a importância da identidade cultural em seu trabalho. Ambos os filmes servem como explorações críticas de como a moda pode transcender o mero consumo, transformando-se em um meio para expressão artística e ressonância emocional. As técnicas cinematográficas empregadas nesses filmes de moda desempenham um papel fundamental na formação do envolvimento do espectador com as coleções de Rocha. Ao usar métodos inovadores de narrativa visual, os filmes elevam as vestimentas à vanguarda, convidando o público a interagir com as roupas em um nível mais profundo e encorajando uma reavaliação da moda como uma forma de arte (SHOWSTUDIO, 2020).

Diante deste cenário a presente pesquisa parte da seguinte pergunta de investigação: Como a identidade visual das marcas de moda e narrativa presente nos *fashion films* contribuem para a construção da relação entre marca e consumidor?

Dessa forma, este trabalho tem como objetivo compreender como os *fashion films* contribuem para a construção da identidade visual de uma marca de moda, discutindo como diferentes recursos audiovisuais podem fortalecer a conexão entre marca e consumidor. A pesquisa utiliza a metodologia de análise de conteúdo (Bardin, 2016) e análise da imagem (Joly, 2007), permitindo uma investigação sobre a relação entre estética e marca no universo dos *fashion films*.

As análises de dados se deram ao comparar ambos os *fashion films* para identificar elementos de repetição por meio de quadros com frames das duas produções, destacando de que forma os filmes se comunicam com a marca Simone Rocha.

2 DESENVOLVIMENTO

Esta etapa é dedicada à apresentação dos aspectos teóricos que sustentam esta pesquisa, abordando os seguintes eixos: (1) Moda e comunicação; (2) *Fashion film*; (3) O papel dos *fashion films* para a identidade visual de uma marca de moda; e (4) A marca Simone Rocha.

2.1 Moda e comunicação

Enquanto fenômeno cultural e social, a moda se torna uma forma de comunicação não verbal, de maneira que transcende sua função no vestuário, manifestando-se por meio de valores e ideologias. Já a comunicação é o processo de colocar uma ideia na mente do outro, que seja interpretada através de signos, que por vez são interpretados pelo receptor (Eco, 2021; Cardoso, 2023).

Marcas de moda utilizam uma combinação de elementos tangíveis e intangíveis — como logotipos, narrativas e histórico da mesma — para cultivar uma persona única, um processo que se tornou cada vez mais importante na era digital. O gerenciamento eficaz da marca agora requer uma compreensão diferenciada das percepções e preferências do consumidor, ressaltando a necessidade de uma abordagem racional e baseada em evidências para a ideia pública da marca (Buffo, 2017).

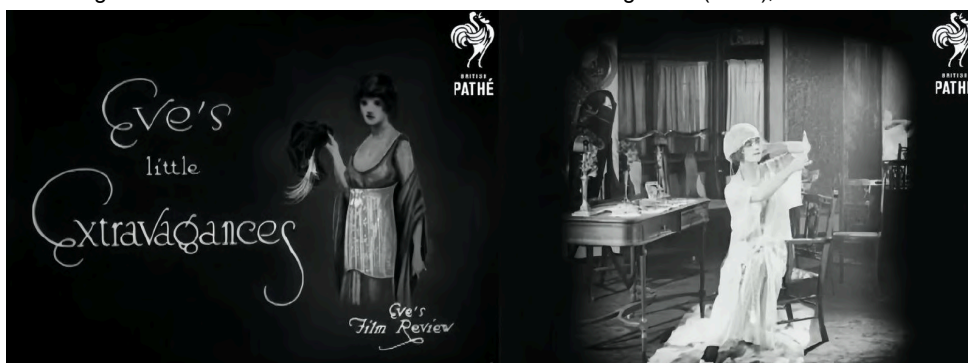
A narrativa, então, desempenha um papel fundamental na formação da identidade da marca e no que ela pretende comunicar, permitindo que estas criem histórias que ressoem com seus públicos-alvo. O conceito de *branding* fictício também ganhou força, permitindo que as marcas construam narrativas que se estendem além de seus produtos ou serviços reais de atendimento ou demanda digital de mercado. Ao envolver os consumidores por meio de histórias significativas, com as quais podem se identificar, as marcas reforçam suas identidades e constroem um senso de comunidade, tornando a intersecção entre moda e comunicação uma área vital de exploração dentro da indústria (Buffo, 2017).

A evolução das estratégias de comunicação na indústria da moda foi significativamente influenciada pelo surgimento de plataformas digitais e pela mudança no cenário do engajamento do consumidor. A introdução de plataformas de vídeo, como YouTube e Instagram, transformou a forma como as marcas de moda comunicam suas narrativas e se conectam com o público. Em particular, os *fashion films* surgiram como uma ferramenta revolucionária para marcas de luxo, servindo como um tipo distinto de conteúdo de marca que enfatiza a exclusividade e a autenticidade. Esses filmes foram reconhecidos por sua capacidade de encenar uma conexão emocional mais profunda com os consumidores por meio de narrativas audiovisuais atraentes (Buffo, 2017; Soloaga, 2016).

2.2 Fashion Film

A história dos *fashion films* pode ser rastreada até o final do século XIX junto com o nascimento do cinema, esses filmes serviram como um meio para mostrar a moda enquanto narravam histórias através das lentes da sétima arte, como mostra a Figura 1. Neste período, viu-se os primeiros cineastas experimentando imagens em movimento, estabelecendo as bases para futuras inovações em narrativas de moda e representação de marcas (Linden, 2016).

Figura 1 – Frames 00:00 e 2:28 de *Eve's Little Extravagances* (1915), *British Pathé*



Fonte: Elaborado pela autora (2024) a partir do vídeo *Eve's Little Extravagances* do canal oficial *British Pathé*. Disponível em: <https://youtu.be/4DB8UIndNV8?si=y9MuyiLDiyt8EwTK>. Acesso em: 09 dez. 2024

À medida que o cinema avançava no século XX, os *fashion films* se tornaram mais sofisticados, incorporando técnicas visuais avançadas e temáticas diversificadas. Exemplos iniciais de filmes que exibiam mais da moda, se incluem os cinejornais *Pathé-Frères*, que retratavam desfiles de moda já na década de 1910 e 1920. Esses filmes marcaram o primeiro uso do termo "*fashion films*" no contexto da mídia, embora haja um debate em andamento sobre se eles se encaixam na definição contemporânea do gênero (Uhlírova, 2013).

Este período estabeleceu um precedente para a representação da moda como parte essencial das histórias cinematográficas, elevando-a além da mera decoração para então um elemento vital da narrativa.

Soloaga (2016), explica que, no final do século XX e no início do século XXI, é datada uma reviravolta significativa para os *fashion films*, à medida que os avanços nas tecnologias de produção e distribuição digital transformaram a indústria. Plataformas como o SHOWstudio, que em 2000 permitiu que designers e marcas compartilhassem imagens online, criando uma nova avenida para a promoção e narrativa da moda. Esta era conceituou os *fashion films* não apenas como ferramentas de marketing, mas também como trabalhos experimentais que contribuem tanto para o design de moda quanto para a linguagem em evolução da mídia visual.

Os *fashion films* agora existem em vários contextos, incluindo exposições de arte, festivais de cinema e plataformas online, refletindo sua natureza multifacetada. Eles podem servir a propósitos promocionais, mas também funcionam como explorações artísticas, exibindo peças de vestuário de maneiras inovadoras que convidam os espectadores a se envolverem com a moda além do mero consumo (Buffo, 2017). Essa evolução ressalta a influência duradoura dos *fashion films*, que continuam a moldar e redefinir a relação entre o cinema e a indústria da moda.

2.2.1 O papel dos *fashion films* para a identidade visual de uma marca de moda.

Os *fashion films* surgiram como uma ferramenta significativa para marcas de luxo, permitindo que elas comuniquem sua identidade e valores por meio de narrativas visuais. Essas narrativas geralmente incluem elementos simbólicos ligados à história da marca, suas raízes e sua proposta estética. Marcas consolidadas frequentemente recorrem a signos reconhecíveis, tradições e valores estáveis como forma de construir confiança e manter a fidelidade de seus consumidores ao longo do tempo (Ion-Wille, 2019).

Fashion films são uma mistura distinta de arte visual e narrativa que servem para comunicar a essência da visão de uma marca ou designer.

Os principais componentes que contribuem para a eficácia e ressonância emocional dos filmes de moda incluem cinematografia, estrutura narrativa e expressão artística. Em um mercado saturado, um filme de moda bem elaborado pode diferenciar uma marca ao encapsular sua essência e valores, tornando-a mais memorável e impactante (Rees-Roberts, 2020; Syach, 2023).

Além disso, à medida que os consumidores buscam cada vez mais o alinhamento com marcas que refletem seus valores, os filmes de moda que transmitem compromissos com a sustentabilidade, práticas éticas e responsabilidade social podem aumentar a fidelidade e a defesa da marca.

2.3 A marca Simone Rocha

Simone Rocha⁴ é uma marca de moda de destaque, conhecida por sua mistura única de influências culturais e herança pessoal. Criada pela designer Simone Rocha, a marca enfatiza a

⁴ Informações disponíveis no site oficial da marca Simone Rocha: <https://simonerocha.com/pages/about>. Acesso em: 18 mar. 2025

importância da família e da identidade em suas criações, muitas vezes refletindo a dupla ascendência irlandesa e chinesa da designer (Rocha; 2024). Sua marca registrada em seus *designs* românticos e modernos, incorporam uma mistura de silhuetas clássicas, cores fortes e enfeites exclusivos, como os detalhes de pérolas exclusivos de Rocha. SHOWSTUDIO (2020), pontua que essa integração cuidadosa do tradicional e elementos de vanguarda não apenas mostram sua visão artística, mas também posiciona a designer como uma voz significativa no cenário da moda contemporânea.

Essa filosofia destaca a consideração e a intencionalidade por trás das ofertas da marca, tornando cada peça distinta, porém coesa com a identidade da marca como um todo. A ênfase de Rocha na herança e na individualidade foi uma escolha consciente, permitindo-lhe conquistar um espaço único em um setor frequentemente desafiado por questões de identidade e originalidade. (Rocha, s.d.).

Suas coleções frequentemente incorporam formas femininas clássicas e enfatizam a função do vestido, permitindo que as mulheres se expressem de maneiras individualistas. Os *designs* da estilista geralmente apresentam uma paleta rica de cores fortes, como o vermelho, que contrasta com sua abordagem geralmente minimalista. Além do uso de enfeites de pérolas, juntamente com tecidos etéreos, cria uma silhueta distinta que equilibra a feminilidade moderna com influências da herança gótica. O aspecto emocional de seus *designs*, que muitas vezes refletem a força e a identidade das mulheres, é crucial para estabelecer um vínculo com entusiastas de vestidos que apreciam a moda feminina como uma forma de auto expressão (Samaha, 2021).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Com o objetivo de compreender e explicar a importância dos *fashion films* para a construção de uma identidade visual e narrativa de uma marca de moda, o presente estudo utiliza de pesquisa qualitativa e interpretativa para promover seus resultados. Gil (2002) explica que as pesquisas qualitativas têm como principal objetivo observar, refletir e interpretar um modelo teórico de análise.

A metodologia desta pesquisa é estruturada nas seguintes etapas: a) compreender como a moda e a comunicação estão relacionadas, b) contextualizar o *fashion film* e por fim, compreender e interpretar como estes estão relacionados na promoção da identidade de marcas de moda. Todo o estudo tem como base a revisão bibliográfica. Gil (2002, p. 44) também afirma que a pesquisa bibliográfica é “desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos.”

Para enriquecer e fundamentar a pesquisa, será analisado os *fashion films* ‘Simone Rocha AW20’⁵ e ‘Simone Rocha AW23’⁶ — ambos dirigidos por Hugh Mulhern disponíveis no canal do Youtube e página do Instagram da marca. — utilizando duas abordagens complementares: a análise de conteúdo, que permite interpretar os elementos narrativos e temáticos do vídeo, e a análise de imagem, que se concentra nos aspectos estéticos e técnicos, como enquadramento, iluminação, trilha sonora, edição e narrativa visual. Essas análises serão fundamentadas em teóricos como Bardin (2016), para a análise de conteúdo, e Joly (2007), para análise de imagem. Neste contexto, os *fashion films* surgem como instrumentos significativos na construção da identidade das marcas. Assim a pesquisa, então, é estruturada nas seguintes etapas:

1. Seleção dos *Fashion Films*: Os *fashion films* escolhidos para análise são os das coleções Simone Rocha AW20, Simone Rocha AW23, ambos dirigidos por Hugh Mulhern. Os vídeos

⁵ *Fashion film* Simone Rocha AW20: https://www.youtube.com/watch?v=VWr15Or_5_M.

⁶ *Fashion film* Simone Rocha AW23: <https://www.youtube.com/watch?v=EpaOq5IA7Ow>.

foram selecionados pela estética autêntica da marca. Além disso, os *fashion films* são da temporada Outono/Inverno, porém de anos diferentes. Servindo como apoio para compreender e interpretar a presença da identidade de marca nos filmes sobre a mesma perspectiva criativa, também tendo como incentivo a afinidade da autora com a identidade visual de Simone Rocha e interesse nos *storytellings* que motivaram a escolha dessas produções como objeto de estudo.

2. Segmentação dos vídeos: Com base nas leituras de autores como Joly (2007), que propõe a análise de imagens por meio de leituras conotativas e denotativas, e Bardin (2016), que estabelece camadas para a análise de conteúdo, elaborou-se um quadro para melhor contextualizar os critérios de análise de ambos os *fashion films*. Esse quadro contempla quatro critérios principais, cada um deles se relaciona diretamente com os princípios metodológicos das autoras: leitura denotativa, leitura conotativa, elementos visuais e sonoros e temática; assim permitindo que a análise seja guiada por fundamentos consistentes.

Quadro 1: Critérios e fases da análise

Leitura Denotativa	Descrição objetiva e literal do que se passa na cena.
Leitura Conotativa	Análise de signos e simbologias da cena.
Elementos Visuais e Sonoros	Análise de elementos formais como enquadramento, iluminação, ruídos, trilha sonora etc.
Temática	Identificar padrões narrativos e símbolos recorrentes

Fonte: Elaborado pela autora (2025), com base nas leituras de Joly (2007) e Bardin (2016).

3. Interpretação e Síntese de Resultados: Identificar padrões visuais e narrativos dentro dos *fashion films*, que conversam com a identidade da marca Simone Rocha. Essa etapa visa sintetizar e compreender como os filmes de moda promovem a identidade de uma marca através da construção de um quadro comparativo, permite-se visualizar as permanências e reconfigurações da identidade da marca, além de reunir interpretações conectando-as com o objetivo da pesquisa.

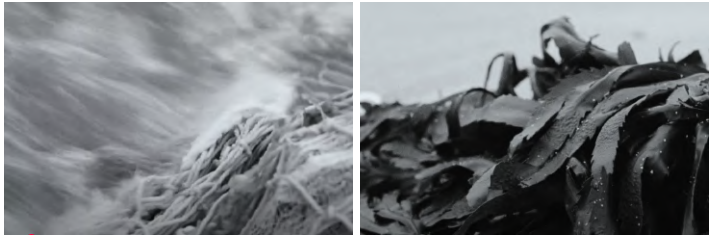
4 DISCUSSÕES

O primeiro *fashion film* analisado é o da coleção '*Simone Rocha Autumn/Winter 2020*', apresentado na Semana de Moda de Londres. A marca traz como inspiração a herança cultural da estilista Simone Rocha e na peça '*Riders to the Sea (1904)*', de John Millington Synge. A coleção, assim como a obra teatral, aborda temas como a perda e os rituais que humanos fazem para lidar com o luto. O filme é dirigido por Hugh Mulher, nome esse que podemos ver em outras produções para a marca, além da trilha sonora composta pela banda Lankum – conhecida pelo estilo *contemporary* e *indie folk*. A produção, então, transcende sua função de apenas promover a coleção, mas serve também como uma extensão visual da marca, reforçando temáticas como a feminilidade e espiritualidade.

O início do *fashion film*, conforme Quadro 2, apresenta elementos essenciais que dialogam diretamente com a proposta da coleção. As filmagens mostram, em predominância, o mar, além de algas e redes de pesca. Nesse primeiro momento, não há uma trilha sonora, nem cor, apenas o som do mar e as cenas em preto e branco, introduzindo uma temática de natureza e introspecção. Considerando a principal inspiração para a coleção e a narrativa construída, esse primeiro momento evoca a origem da coleção, onde "*Riders to the Sea*" retrata uma mulher que perde os

filhos e o marido para o mar; essa escolha aparece como uma intervenção natural na narrativa do *fashion film*.

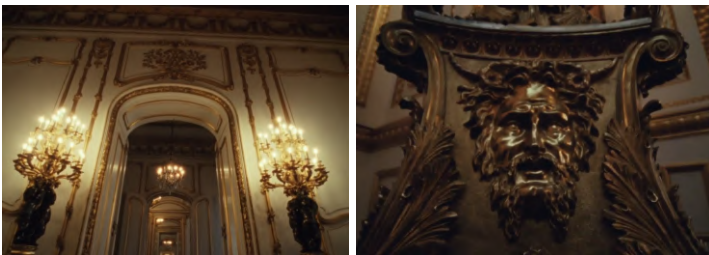
Quadro 2: *Frames* 0:00 - 0:15

Frames	
Temática	Natureza, recolhimento/introversão.
Leitura Denotativa	Mar, algas, ondas, redes de pesca.
Leitura Conotativa	Ancestralidade, origem natural.
Elementos Visuais e Sonoros	Preto e Branco, som ambiente do mar, sem música.

Fonte: Elaborado pela autora (2025) a partir do vídeo 'Simone Rocha Autumn/Winter 2020', disponível no canal oficial do Youtube da marca: https://www.youtube.com/watch?v=VWr15Or_5_M. Acesso em: 12 mai. 2025.

Na sequência, o Quadro 3 apresenta uma nova locação, sem modelos, apenas elementos como lustres, pilastras, com predominância do dourado, a decoração é ornamentada e uma iluminação baixa – este cenário eleva o desfile a um rito, cria uma aproximação ao sagrado, à crença e desejo. Aqui a trilha sonora é introduzida trazendo pro filme uma ambientação fúnebre, onde a temática de patrimônio se manifesta, contribuindo para o desenvolvimento narrativo do filme.

Quadro 3: *Frames* 0:16 - 0:26

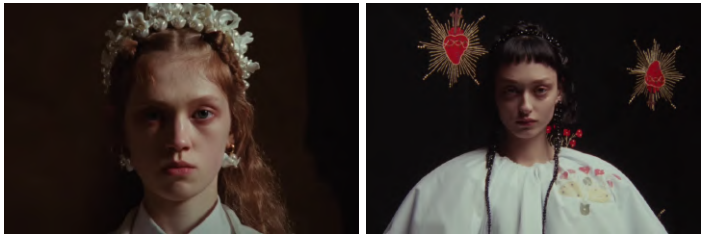
Frames	
Leitura Denotativa	Corredor com decoração ornamentada, lustre e iluminação baixa.
Leitura Conotativa	Tradição, herança, luxo.
Elementos Visuais e Sonoros	Cores quentes, dourado como cor predominante, a trilha sonora se inicia.
Temática	Patrimônio, contraste.

Fonte: Elaborado pela autora (2025) a partir do vídeo 'Simone Rocha Autumn/Winter 2020', disponível no canal oficial do Youtube da marca: https://www.youtube.com/watch?v=VWr15Or_5_M. Acesso em: 12 mai. 2025.

Ao apresentar modelos femininas, no Quadro 4, às dando destaque, mesmo que sem muita expressão, a marca reafirma sua identidade. Todas vestem Simone Rocha AW20. A figura feminina sempre ocupou papel de protagonismo na estética de Simone Rocha, assim como para a

coleção e da peça que a inspirou. A câmera destaca a representação simbólica da feminilidade, as expressões neutras das modelos, indicam uma resistência silenciosa, carregada com uma força simbólica. Elementos como esses, reforçam o tom melancólico e emocional do *storytelling*.

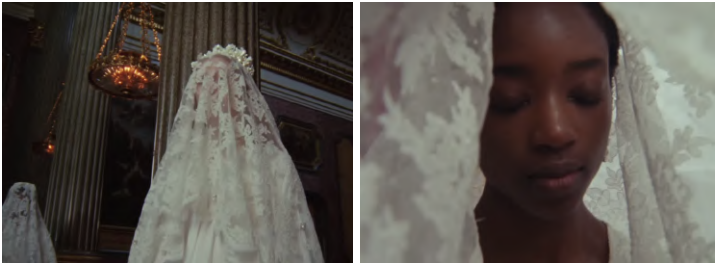
Quadro 4: *Frames* 0:28 - 0:37

Frames	
Leitura Denotativa	Close e destaque maior nas modelos.
Leitura Conotativa	Individualidade, introspecção, presença silenciosa.
Elementos Visuais e Sonoros	O foco são os rostos, sem muita expressão, a música segue tênue.
Temática	Feminilidade.

Fonte: Elaborado pela autora (2025) a partir do vídeo 'Simone Rocha Autumn/Winter 2020', disponível no canal oficial do Youtube da marca: https://www.youtube.com/watch?v=VWr15Or_5_M. Acesso em: 12 mai. 2025.

O luto e a perda são temas recorrentes neste filme, mas o destaque está em como esses sentimentos são representados de forma menos convencional. Após a apresentação das modelos, observamos *frames* em que as modelos estão cobertas por véus brancos de renda, como indica no Quadro 5. Embora a cor preta seja comumente associada ao luto, neste caso é utilizado branco, e os véus que representam momento de dor (Fernandes; Benegini, 2023), remetem à herança e a passagem, de forma que, no contexto do *fashion film* se cria uma metáfora simbólica mais ampliada, destacando renascimento e resiliência, atualizando a representação visual do luto para um formato mais ritualístico.

Quadro 5: *Frames* 0:40 - 0:50


Frames	
Leitura Denotativa	Modelos com véu rendado, cortes dinâmicos e rápidos retornando aos elementos apresentados anteriormente.
Leitura Conotativa	Mistério, ritual.
Elementos Visuais e Sonoros	A montagem nesse momento é acelerada com alternância entre o natural e a sociedade.
Temática	Renascimento, resiliência.

Fonte: Elaborado pela autora (2025) a partir do vídeo 'Simone Rocha Autumn/Winter 2020', disponível no canal oficial do Youtube da marca: https://www.youtube.com/watch?v=VWr15Or_5_M. Acesso em: 12 mai. 2025.

Em seguida, num corte menor, conforme o Quadro 6, as modelos aparecem abraçadas, mesmo que sutil, esse ato pode refletir acolhimento mútuo diante do peso físico e emocional da perda, uma quietude. A imagem das modelos abraçadas pode ser lida como uma representação simbólica compaixão feminina, um tipo de sororidade, tema esse frequente nas coleções de Rocha, assim, construindo significados que alcançam questões culturais mais amplas reforçando por meio destes uma conexão emocional com o público bem como Buffo (2017) e Soloaga (2016) destacam.

A imagem das modelos abraçadas pode ser interpretada como representação simbólica da sororidade. Buffo (2017) aponta que a construção de vínculos afetivos entre personagens dos *fashion films* não apenas transmite autenticidade, mas também humaniza a narrativa visual das marcas. Nesse contexto, Simone Rocha reforça sua identidade por meio de imagens que evocam empatia, acolhimento e memória emocional coletiva. Essa estratégia está alinhada ao que Rees-Roberts (2020) define como storytelling afetivo, no qual o design visual contribui diretamente para a conexão entre marca e consumidor.

Quadro 6: *Frames* 0:53 - 0:55


Frames	
Leitura Denotativa	Modelos abraçadas.
Leitura Conotativa	Resistência, compaixão.
Elementos Visuais e Sonoros	Composição simétrica.
Temática	Afeto.

Fonte: Elaborado pela autora (2025) a partir do vídeo 'Simone Rocha Autumn/Winter 2020', disponível no canal oficial do Youtube da marca: https://www.youtube.com/watch?v=VWr15Or_5_M. Acesso em: 12 mai. 2025.

Enquanto isso, nos cortes rápidos e dinâmicos das cenas seguintes, observa-se um foco maior nos detalhes das peças da coleção. Embora à primeira vista pareça um momento apenas de exposição de um trabalho mais artesanal de Rocha, revela também uma camada de pesquisa e seu grande vínculo com a herança cultural irlandesa. O *zoom* em elementos manuais, como miçangas e até tranças em tecidos do Quadro 7 evidenciam o apreço pelo manual.

As tranças, por exemplo, podem ser simbolizadas como um ritual e prática cultural, especialmente se correlacionadas com a ambientação sugerida pela peça, as Ilhas Aran. Ilhas essas que deram origem ao suéter Aran, uma peça confeccionada por famílias locais, cujos pontos e padrões próprios serviam como forma de identificação dos corpos dos pescadores, frequentemente vítimas fatais do mar revolto.


Quadro 7: *Frames* 1:00 - 1:06

Frames	
Leitura Denotativa	Cenas com foco em detalhes das peças, como miçangas, rendas, tranças, etc.
Leitura Conotativa	Artesanato, herança.
Elementos Visuais e Sonoros	Zoom nos detalhes das peças, especialmente os trabalhos manuais da coleção.
Temática	Herança cultural, ritual.

Fonte: Elaborado pela autora (2025) a partir do vídeo 'Simone Rocha Autumn/Winter 2020', disponível no canal oficial do Youtube da marca: https://www.youtube.com/watch?v=VWr15Or_5_M. Acesso em: 12 mai. 2025.

Nos minutos seguintes do Quadro 8, o que antes era um conjunto isolado de elementos como redes de pesca e cordas, conforme Quadro 2, agora ganha vida em uma movimentação lenta. Essa entidade, ambígua e nomeável, pode ser criada como uma metáfora aos corpos que retornam do mar, reforçando a imponência humana sobre a natureza. Neste contraste entre a movimentação e a presença neutra das modelos, o *fashion film* amplia seu território narrativo ao reforçar a resistência e a permanência feminina e, firme diante daquilo que lhes foi tomado, apenas como herdeiras de uma história que segue a se repetir.

Quadro 8: *Frames* 1:24 - 1:29

Frames	
Leitura Denotativa	Rede de pesca e cordas envolvem uma criatura inanimada.
Leitura Conotativa	Criatura mítica, simbologia para uma figura feminina.
Elementos Visuais e Sonoros	Movimentação lenta da criatura.
Temática	Trauma, resistência.


Fonte: Elaborado pela autora (2025) a partir do vídeo 'Simone Rocha Autumn/Winter 2020', disponível no canal oficial do Youtube da marca: https://www.youtube.com/watch?v=VWr15Or_5_M. Acesso em: 12 mai. 2025.

No último momento do *fashion film*, é possível perceber uma intensificação emocional, quase que eufórica, marcada pela trilha sonora acelerada. As modelos também acompanham essa mudança, agora elas desfilam a coleção, conforme o Quadro 9, no ambiente ornamentado antes apresentado, mas dessa vez com o plano em preto e branco. A composição se torna cada vez mais fragmentada, os cortes são rápidos e a câmera de forma desregulada, simula o olhar

humano, ansioso, confuso, desesperado.

A escolha da estética rompe com a linearidade e amplia, então, a sensação de urgência entre o performático (representado pelas modelos) e o natural (o mar e a própria criatura). O simbolismo de luto permanece com a ausência de cor até o final do *fashion film*. Não há trilha sonora, o som agora é preenchido pela natureza quando escuta-se o som das gaivotas e as ondas. A criatura repousa na areia e ecoa a dor e o trauma.

Quadro 9: *Frames* 1:48 - 2:10

Frames	
Leitura Denotativa	Modelos desfilam com público observando; criatura aparece em sequência.
Leitura Conotativa	Moda e performance em integração.
Elementos Visuais e Sonoros	Música acelerada, eufórica.
Temática	Luto, confusão.


Fonte: Elaborado pela autora (2025) a partir do vídeo 'Simone Rocha Autumn/Winter 2020', disponível no canal oficial do Youtube da marca: https://www.youtube.com/watch?v=VWr15Or_5_M. Acesso em: 12 mai. 2025.

O *fashion film* 'Autumn/Winter 2020', foca em temas de feminilidade e força, utilizando visuais marcantes e uma trilha sonora cuidadosamente selecionada para realçar a ressonância emocional das peças apresentadas. O filme incorpora elementos que destacam a materialidade e a visualidade da moda transformando as peças em pontos focais que não são meramente apresentados, mas ativamente explorados dentro da estrutura narrativa como é o caso dos detalhes manuais na coleção.

O segundo *fashion film* analisado é o 'Autumn/Winter 2023' também dirigido por Hugh Mulher e com trilha sonora de Lankum, este filme surge de uma coleção inspirada mais uma vez nas tradições e heranças irlandesas da estilista Simone Rocha. Agora explorando o *Lughnasadh*, uma data comemorativa celta da antiga Irlanda, onde comemorava-se a primeira colheita do ano, assim cultivando as sementes e a natureza, além do senso de comunidade. Para essa coleção, Simone traz modelos de diferentes idades e gêneros, tanto para o *fashion show* quanto para o *fashion film*. Este, então, inicia numa imagem em preto e branco já com a trilha sonora sendo apresentada, esta será a atmosfera do *fashion film* em cores e sons.

No Quadro 10, vemos os primeiros cinco segundos do filme, e podemos observar dois elementos, uma modelo e um caramujo. Ambos aparecem recorrentes ao decorrer do vídeo. O primeiro momento com a modelo nos mostra pouca expressão, uma luz baixa, mas uma luz frequente que podemos observar até mesmo a imagem mais acelerada, em contraponto, aparece o caramujo, um animal conhecido pela lentidão e que aqui entra como uma representação do que é natural e do tempo, tópico esse principal do *Lughnasadh*, da coleção e do *fashion film*, bem como a conexão. O filme, então, segue agora num ritmo orgânico.


Quadro 10: *Frames* 0:00 - 0:05

Frames	
Leitura Denotativa	Imagem em preto e branco, luzes piscando e imagem acelerada, modelo aparece seguida de um caramujo.
Leitura Conotativa	Mistério e uma atmosfera quase que ritualística; o caramujo entra como uma representação do tempo e do natural.
Elementos Visuais e Sonoros	Estética em preto e branco, montagem acelerada.
Temática	Ritual, natureza.

Fonte: Elaborado pela autora (2025) a partir do vídeo 'Simone Rocha AW23 by Hugh Mulhern Music by Lankum', disponível no canal oficial do Youtube da marca: <https://www.youtube.com/watch?v=EpaOq5IA7Ow>. Acesso em: 22 mai. 2025.

Em seguida, a representação desse senso de comunidade se dá por dois planos estáticos, como apresentado no Quadro 11. O foco em dois modelos, modelos esses que estão sentados sob a mesa enquanto trocam olhares, é um tipo de conversa, mas não os vemos conversar, vemos conexão. Antes desse contato visual, um *frame* de uma jarra d'água, apenas água, também posto a mesa entre os dois modelos, isso os conecta, talvez o assunto ou o motivo de ambos estarem ali. Os planos seguem estáticos, mas agora de forma mais centralizada.

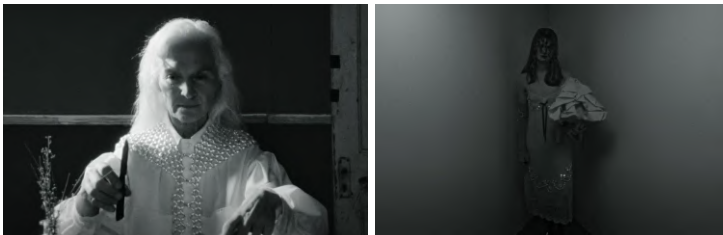
Quadro 11: *Frames* 0:11 - 0:17

Frames	
Leitura Denotativa	Jarra d'água; casal de modelos sentados enquanto trocam olhares.
Leitura Conotativa	Água como elemento de purificação; conexão.
Elementos Visuais e Sonoros	Planos estáticos.
Temática	Conexão.

Fonte: Elaborado pela autora (2025) a partir do vídeo 'Simone Rocha AW23 by Hugh Mulhern Music by Lankum', disponível no canal oficial do Youtube da marca: <https://www.youtube.com/watch?v=EpaOq5IA7Ow>. Acesso em: 22 mai. 2025.

Uma modelo mais velha, sentada enquanto segura uma faca e outra modelo mais jovem segurando também um objeto, como mostra o Quadro 12. A montagem as coloca quase que intercaladas; uma representação mais clara de herança cultural, geração. A faca, nesse contexto, pode ser interpretada como símbolo de força e proteção, e essa justaposição reforça a ideia de transmissão de valores entre gerações, um aspecto que atravessa tanto a narrativa do *fashion film* quanto a proposta estética da coleção.


Quadro 12: *Frames* 0:22 - 0:26

Frames	
Leitura Denotativa	Modelo mais velha segurando uma faca; modelo com vestido da coleção, segurando objeto.
Leitura Conotativa	A faca pode representar poder, proteção. Enquanto a montagem alternada entre as modelos pode simbolizar geração.
Elementos Visuais e Sonoros	Cenas bem enquadradas e simétricas, com ambas centralizadas.
Temática	Herança.

Fonte: Elaborado pela autora (2025) a partir do vídeo "Simone Rocha AW23 by Hugh Mulhern Music by Lankum", disponível no canal oficial do Youtube da marca: <https://www.youtube.com/watch?v=EpaOq5IA7Ow>. Acesso em: 22 mai. 2025.

No Quadro 13, vemos a mesma modelo mais velha permanece nas próximas cenas, agora ela aparece descascando uma maçã. Também é resgatada a presença do caramujo, apresentado anteriormente entre os segundos 0:31 - 0:36 ele se movimenta. As duas movimentações atuam como uma representação natural da colheita, uma movimentação cíclica, evocando o tema central da festa que inspira a coleção – comemorar a primeira colheita do ano, um ciclo que demanda e leva tempo.

Quadro 13: *Frames* 0:31 - 0:36

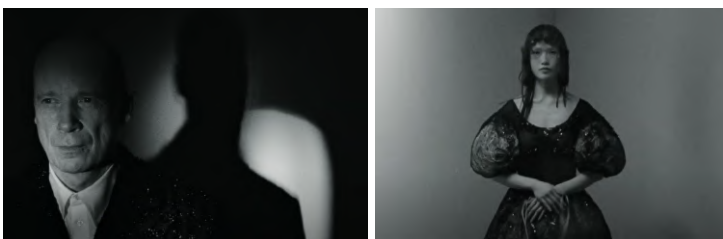
Frames	
Leitura Denotativa	A modelo mais velha agora aparece descascando uma maçã; caramujo se movendo.
Leitura Conotativa	A maçã evoca fertilidade, colheita, enquanto o caramujo uma conexão mais cíclica, terrena.
Elementos Visuais e Sonoros	Montagem paralela do natural com o humano.
Temática	Colheita, comunidade.

Fonte: Elaborado pela autora (2025) a partir do vídeo "Simone Rocha AW23 by Hugh Mulhern Music by Lankum", disponível no canal oficial do Youtube da marca: <https://www.youtube.com/watch?v=EpaOq5IA7Ow>. Acesso em: 22 mai. 2025.

Na reta final do *fashion film*, somos apresentados a diversos modelos, uma vontade de Simone Rocha em trazer para a coleção uma maior diversidade, vemos idades, cores e gêneros

diversos, destacado no Quadro 14, assim como na apresentação do *fashion show*. A iluminação baixa e instável, traz um sensação de suspense quando misturada com a trilha sonora que se encaminha ao final, esse momento nos evoca a memória e a comunidade, um senso coletivo.


Quadro 14: *Frames* 0:37 - 0:45

Frames	
Leitura Denotativa	Uma sequência de modelos usando peças da coleção AW23.
Leitura Conotativa	Evoca a memória, a comunidade.
Elementos Visuais e Sonoros	Iluminação focal e instável.
Temática	Identidade, coletividade.

Fonte: Elaborado pela autora (2025) a partir do vídeo 'Simone Rocha AW23 by Hugh Mulhern Music by Lankum', disponível no canal oficial do Youtube da marca: <https://www.youtube.com/watch?v=EpaOq5IA7Ow>. Acesso em: 22 mai. 2025.

E então, no Quadro 15, somos colocados a uma quebra de expectativa no momento em que a trilha sonora é interrompida pelo som de uma pedra sendo jogada ao jarro de água, mostrado no início do filme por um dos modelos sentados à mesa. Eles se olham, sorriem; a mesma sensação de que uma conversa visual acontece ali reforçando a conexão entre os personagens com um tom de sensibilidade.

Quadro 15: *Frames* 0:46 - 0:50

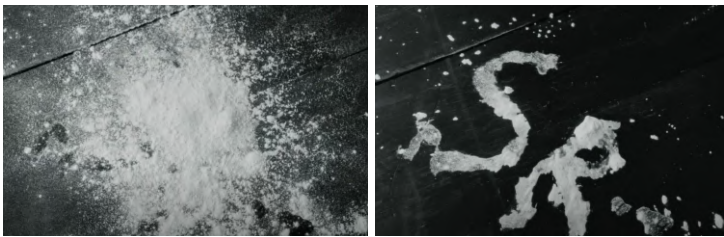
Frames	
Leitura Denotativa	Casal conversando; trilha sonora interrompida pelo som de um objeto pequeno sendo jogado no jarra d'água.
Leitura Conotativa	Conexão emocional, um tipo de encantamento quase mágico.
Elementos Visuais e Sonoros	Som pontual, suspensão da trilha sonora, atmosfera serena quanto a troca de olhares.
Temática	Sensibilidade.

Fonte: Elaborado pela autora (2025) a partir do vídeo 'Simone Rocha AW23 by Hugh Mulhern Music by Lankum', disponível no canal oficial do Youtube da marca: <https://www.youtube.com/watch?v=EpaOq5IA7Ow>. Acesso em: 22 mai. 2025.

O *fashion film* encerra quando de forma estática a câmera se posiciona colocando o espectador a observar um pó branco jogado ao chão, destacado no Quadro 16, podemos

interpretar este como o trigo, um grão muito bem aguardado e valorizado na data comemorativa dos irlandeses. O trigo, então, voa quando soprado para longe, deixando assim apenas as letras ‘S’ e ‘R’ gravadas no chão representando as iniciais da marca Simone Rocha; também relaciona-se a existência dessa marca com contribuição do caramujo quando retornando ao *frame* 0:35 e percebemos a letra ‘R’ gravada no chão pelos rastros do caramujo. Assim, Simone Rocha se posiciona como uma marca de identidade, valorizando o orgânico tanto em produção, divulgação quanto ao conceito apresentado.

Quadro 16: *Frames* 0:50 - 0:53

Frames	
Leitura Denotativa	‘SR’ marcado no chão, representa as iniciais da marca Simone Rocha, gravado no chão com pó e gosma de caramujo.
Leitura Conotativa	A marca nasce como parte do processo natural.
Elementos Visuais e Sonoros	Close final, assinatura.
Temática	Identidade da marca, organicidade.

Fonte: Elaborado pela autora (2025) a partir do vídeo ‘Simone Rocha AW23 by Hugh Mulhern Music by Lankum’, disponível no canal oficial do Youtube da marca: <https://www.youtube.com/watch?v=EpaOq5IA7Ow>. Acesso em: 22 mai. 2025.

Um aspecto crucial de ambas as produções é a exploração de Simone Rocha sobre sua identidade e herança cultural, que continua sendo um tema central em suas coleções. No *fashion film* ‘*Autumn/Winter 2020*’, Simone reflete sobre o equilíbrio entre suas origens chinesa e irlandesa, criando uma narrativa visual que ressoa com sua história pessoal. O *fashion film* de ‘*Autumn/Winter 2023*’, no entanto, aprofunda-se nesse tema, mostrando como Rocha integrou influências familiares à sua filosofia de design ao longo do tempo. Essa continuidade enfatiza a importância de sua família como fonte de inspiração e criatividade.

O filme *AW20* exemplifica isso por meio de sua execução técnica, convidando os espectadores a perceber a coleção como uma declaração artística coesa, enquanto o filme *AW23* parte dessa estrutura, explorando narrativas mais complexas que refletem a identidade em evolução de Rocha como designer.

A direção artística de ambas as produções alinha-se com o *ethos* consagrado de Simone Rocha, que mescla narrativas pessoais com referências culturais amplas. As coleções utilizam rendas e texturas suaves para evocar uma sensação de vulnerabilidade, juxtaposta a elementos mais sombrios e ameaçadores que sugerem uma exploração das tensões aos papéis femininos e às expectativas sociais. Esse contraste convida o espectador a refletir sobre a natureza da feminilidade através da linguagem visual.

Assim, no Quadro 17, apresenta-se comparativo com os principais elementos observados durante as análises para melhor visualização e conclusão dos elementos em repetição que podem ou não firmar a identidade da marca nas produções:

Quadro 17: Quadro comparativo dos *fashion films* *AW20* e *AW23*.

Elementos	AW20	AW23	Continuidade Identitária
Tema central	Luto e resistência.	Herança cultural e tempo.	Memória, figura feminina como protagonista.
Trilha sonora	Som ambiente acompanhado de uma trilha sonora eufórica.	Acompanha um som melancólico e <i>folk</i> .	Mesma banda produzindo a trilha, também representa uma extensão emocional em ambas as produções.
Representação da feminilidade	Protagonismo ritualístico.	Comunhão e poder.	Figura feminina como eixo simbólico.
Inspiração	Peça teatral ' <i>Riders to the Sea (1904)</i> ', de John Millington Synge.	Festival irlandês <i>Lughnasadh</i>	Narrativa pessoal e herança irlandesa da estilista.

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Nas análises, observa-se que os *fashion films* criados para suas coleções são organizados em torno de peças e contos, estimulando o espectador a se envolver com elas em um nível mais profundo. Frequentemente, funcionam como exercícios de imagem em movimento que mesclam materialidade com expressão visual, criando efetivamente uma identidade de marca distinta e sensível que ressoa com o público. Ambos os *fashion films* não apresentam apenas roupas, tampouco estas como protagonistas das produções, mas de forma afetiva, aborda temas como fragilidade, luto, feminilidade, ancestralidade. Assim, observa-se que a moda quando veiculada a uma narrativa afetiva e simbólica cria um elo de comunicação entre seu público e suas coleções, pois essa linguagem não se desgasta, é humana, está e sempre estará presente, passando além de tendências.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa teve por objetivo compreender como uma identidade visual e narrativa registrada dentro dos *fashion films* contribuem para a relação de marca e consumidor. A pesquisa utilizou como objeto de estudo a marca Simone Rocha e dois *fashion films* já produzidos, o '*Autumn/Winter 2020*' e o '*Autumn/Winter 2023*', ambos dirigidos por Hugh Mulhern. A escolha serviu como delimitador a partir do mesmo olhar criativo, considerando a consistência da direção criativa que auxiliou para interpretar o perfil da marca e a proposta das coleções.

As produções analisadas mostraram como a marca se firma num discurso de herança cultural e emocional, atingindo campos simbólicos mais profundos por meio de recursos como trilha sonora, narrativa, direção e performance, além do fator comparativo, onde o consumidor enxerga a si mesmo e cria então com o visual uma relação íntima e de identificação.

A pergunta que orientou este estudo foi: Como a identidade visual e narrativa presente nos *fashion films* contribuem para a construção da relação entre marca e consumidor? E com base na análise dos *fashion films* da marca, é possível observar que estes tornaram-se um meio essencial para as marcas transmitirem sua identidade e narrativa, muitas vezes mesclando a arte visual com as complexidades do design de roupas.

A continuidade temática entre as duas coleções destaca a dedicação de Simone Rocha em examinar as complexidades da feminilidade, por exemplo, como nos filmes analisados, as temáticas mostram-se preparadas para envolver com a herança cultural, mantendo um fio narrativo

pessoal da estilista. A influência de Simone Rocha se estende além de suas coleções; ao desafiar narrativas não convencionais por meio de seu trabalho de design e apresentações multimídia. Simone exemplifica como a moda pode servir como um meio profundo de contar histórias, criando um rico diálogo entre vestuário, memória e identidade na cultura contemporânea. Tendo assim, a pergunta norteadora da pesquisa como respondida ao demonstrar como o uso dessas linguagens podem impactar na forma que se conecta com o público.

Contudo, é importante destacar as limitações dentro deste estudo. A pesquisa limita-se ao recorte temporal dos anos de 2020 e 2023, considerando exclusivamente a análise apenas da marca Simone Rocha. Também viu-se a impossibilidade de realizar pesquisas de campo, tampouco análises de consumo para que assim pudesse compreender de forma mais ampla a recepção do público para com as produções. Por fim, a pesquisa teve como base o uso de materiais digitais disponíveis nos canais de comunicação da marca, o que pode muitas vezes restringir o entendimento completo da experiência que uma vez foi proposta pelas coleções visto que muitas se estendem até mesmo para seus desfiles e *fashion shows*.

Para futuras pesquisas recomenda-se a expansão para outras marcas e temáticas; e como estas se posicionam em relação ao seu público consumidor, bem como a recepção e percepção destes. Esta pesquisa, por fim, compreende e contribuiu como a construção de uma identidade de marca e a utilização desta em produções físicas e, neste caso, principalmente visuais, preserva e ao mesmo tempo cria pertencimento, mostrando como em eras digitais as produções audiovisuais se colocam como uma ferramenta poderosa não apenas pela estética mas também como um fator comunicativo de emoção e afeto com o público.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Trad. Luís Antero Reto; Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2016.

BUFFO, Simonetta. **Brand narration and fashion films**. Journalism and Mass Communication, v. 7, n. 6, p. 292-304, 2017

CAMPOS, Amanda Queiroz. Fashion films: tendências e vigências na comunicação de moda. **Dobra[S] – Revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, [S.L.], n. 39, p. 113-137, 28 nov. 2023. Dobras. <http://dx.doi.org/10.26563/dobras.i39.1639>. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/1639>. Acesso em: 08 abr. 2025.

CARDOSO, Gustavo. **A comunicação da comunicação**. As pessoas são a mensagem. Mundos Sociais, 2023.

ECO, Umberto. Comunicação: Hard e soft. Observatorio (OBS*), [S. l.], v. 15, n. 2, 2021. DOI: 10.15847/obsOBS15220212012. Disponível em: <https://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/2012>. Acesso em: 09 dez. 2024.

Eve's Little Extravagances (1915). **Paris: British Pathé**, 1915. P&B. <Disponível em: <https://youtu.be/4DB8UIndNV8?si=y9MuyiLDiyt8EwTK>.> Acesso em: 09 dez. 2024.

FERNANDES, Karla Gimenez; BENIGNI, Bianca Maria Monici de. PSICOLOGIA DAS CORES: O QUE É E COMO INFLUENCIA NAS EMOÇÕES? **Revista Científica de Psicologia da Faef**, Garça, v. 40, n. 1, p. 1-18, maio 2023. Semestral. Disponível em: <https://revista.faef.br/pub/1717>. Acesso em: 06 jun. 2025.

GENTILE, Chiara; SPILLER, Nicola; NOCI, Giuliano. How to Sustain the Customer Experience: An Overview of Experience Components that Co-create Value With the Customer. **Journal of Business Research**, [s. l.], v. 60, n. 6, p. 590-596, 2007. <Disponível em:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0263237307000886?via%3Dihub>.> Acesso em: 2 dez. 2024.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

JOLY, Martine. **Introdução à Análise da Imagem**. Lisboa: Edições 70, 2007.

LEESE, Elizabeth. Costume design in the movies: an illustrated guide to the work of 157 great designers. **Courier Corporation**, 1991.

LINDEN, Janneke van Der. **Conceptualizing the fashion film: the issue of sustainability in fashion and the fashion film festival**. 2016. 60 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Research Master's Thesis In Media Studies, University Of Amsterdam, Amsterdam, 2016.

TUROLA, Tamyres Begher. A arte do movimento na moda: as convergências de linguagens nos fashion films. **11o Colóquio de Moda – 8a Edição Internacional 2o Congresso Brasileiro de Iniciação Científica em Design e Moda**, São Paulo, 2015.

PAOLO, A. **Fashion Film**. A new media aesthetics in the digital era. 2021.

REES-ROBERTS, Nick. After fashion film: social video and brand content in the influencer economy. **Journal of visual culture**, v. 19, n. 3, p. 405-421, 2020.

SAMAHA, Barry. **Simone Rocha Teams with H&M on a Romantic Collection: going for baroque..** Going for Baroque.. 2021. Disponível em: <https://www.harpersbazaar.com/fashion/designers/a35205795/simone-rocha-h-and-m-collection/>. Acesso em: 25 mar. 2025.

SHOWSTUDIO. *Simone Rocha AW20 – Live Review*. Disponível em: <https://www.showstudio.com/collections/autumn-winter-2020/simone-rocha-aw-20/live-review>. Acesso em: 20 mar. 2025.

SYACH, Ryan. **Fashion Films: Where Style Becomes Storytelling**. 2023. Disponível em: <https://snxpstudio.co/blog/guide/what-is-fashion-film-guide/>. Acesso em: 03 dez. 2024.

ROCHA, Simone. **About Simone Rocha**. s.d.. Disponível em: <https://simonerocha.com/pages/about>. Acesso em: 20 mar. 2025.

ROCHA, Simone. **Simone Rocha**. Nova Iorque: Rizzoli, 2024. 288 p.

ROCHA, SIMONE. *Simone Rocha Autumn Winter 2020 by Hugh Mulhern*. YouTube, 2023. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=VWr15Or_5_M. Acesso em: 24 mar. 2025.

ROCHA, Simone. *Simone Rocha AW23 Fashion Film directed by Hugh Mulhern, music by Lankum*. YouTube, 2023. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=EpaOq5IA7Ow>. Acesso em: 3 fev 2025.

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

UHLIROVA, Marketa. 100 years of the fashion film: Frameworks and histories. **Fashion Theory**, v. 17, n. 2, p. 137-157, 2013.

WILLE, Jakob Ion. Understanding fashion film, form and genre. **Kosmorama**, v. 274, n. 274, 2019.