

Case Report

DOI: 10.53681/c1514225187514391s.36.313

O VESTIR DA INVISIBILIDADE NA SÉTIMA ARTE PORTUGUESA

Dressing for Invisibility on Portuguese Seventh Art

RESUMO

O presente estudo analisa o poder comunicativo do figurino no cinema com um foco numa peça de vestuário específica: minissaia como signo dentro do contexto cinematográfico. Com base nas teorias de Umberto Eco e Roland Barthes, o trabalho sublinha como o figurino funciona não apenas como um elemento prático ou estético, mas também como portadora de significados culturais e simbólicos, peça material na construção de significados e significantes imateriais.

Ao analisar a minissaia no cinema, o estudo destaca o papel do figurino como um signo que interage com a narrativa, o desenvolvimento das personagens e a percepção do público. A minissaia, como peça de vestuário relativamente recente, carrega uma gama de conotações que vão além de suas características físicas, transfigurando-se de forma diferente dependendo dos contextos.

O conceito de "invisibilidade" no figurino é discutido, com atenção especial à forma como a sutileza no figurino contribui para a coerência narrativa. No entanto, quando o simbolismo de uma peça de vestuário é excessivo ou discordante com as expectativas do público, a mensagem do filme pode ser alterada. Este artigo apresenta uma abordagem original da minissaia enquanto signo "invisível" no cinema português, analisando como a sua presença subtil, ainda que carregada de significados sociais e culturais, contribui para a construção narrativa e para a caracterização das personagens, num contexto em que o papel simbólico do figurino, e em particular da minissaia, permanece ainda pouco explorado, procurando assim colmatar essa lacuna na investigação académica. O trabalho conclui que o sucesso da comunicação de um figurino depende da familiaridade do espectador com os significados culturais associados à peça, e que o figurino desempenha um papel crucial na conexão entre moda, cinema e discurso social. A minissaia serve como um estudo de caso para destacar as diferentes interpretações do significado de uma peça de vestuário ao longo do tempo e em contextos sociais diversos.

ABSTRACT

The present study analyzes the communicative power of costume design in cinema, focusing on a specific piece of clothing: the miniskirt as a sign within the cinematic context. Based on the theories of Umberto Eco and Roland Barthes, the work emphasizes how costume design functions not only as a practical or aesthetic element but also as a bearer of cultural and symbolic meanings, a material piece in the construction of immaterial meanings and signifiers.

By analyzing the miniskirt in cinema, the study highlights the role of costume design as a sign that interacts with the narrative, character development, and audience perception. The miniskirt, as a relatively recent piece of clothing, carries a range of connotations that go beyond its physical characteristics, transforming differently depending on the contexts.

The concept of "invisibility" in costume design is discussed, with special attention to how subtlety in costumes contributes to narrative coherence. However, when the symbolism of a garment is excessive or discordant with audience expectations, the film's message may be altered.

This article presents an original approach to the miniskirt as an "invisible" sign in Portuguese cinema, analyzing how its subtle presence—though laden with social and cultural meanings—contributes to narrative construction and character development. It does so within a context where the symbolic role of costume design, and particularly of the miniskirt, remains underexplored, thus seeking to address this gap in academic research. The study concludes that the success of a costume's communication depends on the viewer's familiarity with the cultural meanings associated with the garment and that costume design plays a crucial role in the connection between fashion, cinema, and social discourse. The miniskirt serves as a case study to highlight the different interpretations of a garment's meaning over time and across diverse social contexts.

JOÃO ALBERTO BAPTISTA BARATA^{1,2}

Investigação / Metodologia /
Supervisão / Validação / Escrita
– Revisão e Edição

ORCID: 0000-0002-5003-5194

CAROLINA FADIGAS²

Conceitualização / Análise
Formal / Investigação /
Validação / Escrita – Revisão
e Edição

ORCID: 0000-0003-2293-9986

¹CIAUD, Research Centre
for Architecture, Urbanism
and Design, Lisbon School of
Architecture, Universidade de
Lisboa

²CICANT, Centre for Research
in Applied Communication,
Culture, and New Technologies,
Universidade Lusófona

Autor Correspondente:

João Barata,
joao.barata@ulusofona.pt

Data de submissão:

21/01/2025

Data de aceitação:

26/05/2025

© 2025 Instituto Politécnico de
Castelo Branco.
Convergências: Volume 18 (36)
30 de novembro, 2025

PALAVRAS-CHAVE

Minissaia; Cinema; Figurinos;
Comunicação; Signos.

KEYWORDS

Miniskirt; Cinema; Costume;
Communication.

1. INTRODUÇÃO

Do ponto de vista da Semiologia, o trabalho à frente assume a capacidade comunicativa do vestuário como ponto de partida para um processo de comunicação; considerem-se os valores figurativos das vestimentas um elemento arbitrário, definido por um tempo e espaço. A minissaia é uma peça de vestuário recente na história da moda, mas tem inscritas em si mesma várias apreciações, tal como definido por Umberto Eco (1989), cujas conotações vão além das suas características plásticas, para significados obtusos Roland Barthes (1990).

Quando esta peça de vestuário é utilizada como figurino nas produções cinematográficas, o seu valor signo é utilizado na apresentação de mensagem(s) com significado(s).

No presente estudo, a invisibilidade do figurino está associada à sua interpretação por parte do espectador, a forma como o objeto/signo/vestimenta se apercebe de forma ténue e contributiva para a narrativa pretendida. Este facto, como relatado abaixo, nem sempre é possível considerando as cargas históricas associadas a determinadas peças de vestuário, como por exemplo, à minissaia. Aqui apresenta-se uma abordagem original da minissaia enquanto signo “invisível” no cinema português, analisando como a sua presença subtil, embora carregada de significados sociais e culturais, contribui para a construção de uma narrativa e para a caracterização das personagens. Como refere (Kawamura, 2005, p. 1), a moda deve ser entendida como um sistema social e cultural complexo, cuja análise permite aceder a estruturas de significado mais profundas. No entanto, no contexto específico do cinema português, o papel simbólico do figurino, e em particular da minissaia, permanece ainda pouco explorado. Este artigo procura, assim, contribuir para colmatar essa lacuna.

2. FIGURINO NO CINEMA

Parece evidente que a leitura de um figurino seja intuitiva, mas a sua compreensão está desde cedo, e imperativamente, conectada com os conhecimentos do recetor. A transparência da sua compreensão é também calculada no sentido da sua presença subtil e apropriada dentro da narrativa e das características das personagens.

As peças de vestuário coordenadas entre si, a sua forma, cor, material e a relação com a arte de cada plano são deliberadamente pensadas para serem naturais, mesmo que artificialmente designado (Wigley, 1998). Ao trabalhar na escolha de figurinos, assume-se a posição de cada peça de vestuário dentro de cada contexto social, económico, político e geográfico.

2.1. O signo ‘vestimentar’ e a sua pertinência no cinema

Antes de avançar com a adequação do vestuário ao cinema, é pertinente clarificar a abrangência da roupa enquanto signo. São vários os autores que concedem à área da moda e do vestir, o seu pensamento e qualificações. Dos quais são destacados neste artigo, Umberto Eco (1989), Roland Barthes (1990) e Uhlirova (2020).

Eco é defensor que a linguagem do vestuário não serve apenas para transmitir significados em prol de certas significativas. “Serve também para identificar posições ideológicas, segundo os significados transmitidos e as formas significativas que foram escolhidas para transmitir” (Eco, 1989, p. 17). O autor credibiliza também que apesar da sua função primordial do vestuário de proteger o corpo contra os elementos naturais, não anula a sua capacidade

comunicativa. “É evidente que há sempre maior ênfase nas mensagens subjetivas e no simbolismo de classe das roupas do que na funcionalidade.” (Monteiro, 1997, p.8) Já no panorama cinematográfico, para além de ter escrito obras de sucesso adaptadas para a película como *O Nome da Rosa*, Eco aponta para a arte como uma poderosa ‘máquina de contar mentiras’. Máquina que, inclui o vestuário como signo enquanto figurino. Apesar de Roland Barthes ter maior ligação com a moda, sendo da sua autoria obras de alto relevo como *The Fashion System*, também deixou ensaios dedicados ao cinema. *Le problème de la signification du cinéma* e *Les unités traumatiques au cinéma*, são dois artigos exemplares publicados em *Revue Internationale de Filmologie* em 1960.

“Barthes identifica três níveis de sentido nas imagens: o informativo, que diz respeito ao cenário, ao figurino, às personagens e suas relações; o simbólico, que diz respeito ao simbolismo referencial, diegético, histórico e autoral; e o terceiro sentido, que é o nível da significância, qualificando-se como obtuso, pois é errático, obstinado, não mensurável, opondo-se aos dois primeiros níveis.” (Souza, 2015, p. 31).

Esta identificação dada por Barthes (2009) foi atribuída à análise de fotogramas de duas obras de Sergei Eisenstein: *O Terrível* (1944) e *O Encouraçado Potemkin* (1925). Como indicado na sua teoria, o figurino tem uma conotação informativa e comunicativa. Quando os seus estudos são direcionados para a moda, tal como Umberto Eco, reconhece que este signo tem uma função e uma significação. Colocando o vestuário como função-signo - *aliquid stat pro aliquo*, algo que está por algo (Fidalgo, 1999b, p. 9), e é explicável exemplarmente que “um casaco de peles além de proteger do frio e de significar essa proteção também tem um valor antropológico e social de significação” (Fidalgo, 1999a, p. 86). Para vestir uma personagem, é o valor antropológico e social de significação o expectável no interpretar da personagem, dentro do seu espectro visual de comunicação.

“É possível destacar a relevância do figurino enquanto signo e emissor de significados, e ainda o labor criativo do figurinista cujo papel de inserir as referências textuais em um conjunto de vestuário a fim de gerar a identificação e leitura imediata do espectador com as características dos personagens é dinâmico e complexo.” (Trotta & Jesus, 2021, p. 448).

O figurino enquanto signo analisado neste artigo pelo seu teor cinematográfico influenciado pela moda e consequentemente pela sociedade, é notoriamente um elemento emissor de significados. Este signo sobrevive com uma extrema dependência cultural. Para autores dedicados à semiótica como Eco, não há nada mais relevante para a compreensão de um signo do que a cultura. “(...) toda a cultura é significação e comunicação (...) e a humanidade e a sociedade só existem quando se estabelecem relações comunicativas e significativas.” (Eco, 1976, p. 22) Ou seja, para que um figurinista possa criar um figurino tem de ser conhecedor não só da apreciação psicológica e contextualizada da personagem segundo a narrativa, mas também ser consciente que a leitura do recetor é influenciada pela sua cultura. Como a moda é um ato sociocultural, o reconhecimento e recriação da sua pegada feita pelo profissional deve ser pertinentemente assimilada.

A pluralidade de significados no figurino cinematográfico no cinema torna-se ainda mais evidente quando se analisa o percurso histórico, tal como proposto por Marketa Uhlirova (2020), que indica uma leitura arqueológica e descentrada desta prática. Esta perspetiva é particularmente pertinente quando se observa a presença do figurino em obras cinematográficas que, embora não integrem circuitos comerciais óbvios, articulam moda, narrativa e identidade cultural. Assim, o figurino deixa de ser um elemento ilustrativo, passando a operar como mediador entre a estética, os discursos sociais, culturais e políticos (Uhlirova, 2020, p. 341).

Esta abordagem reforça a necessidade de compreender o figurino como um mecanismo de

performance, com potencial para articular histórias e sensibilidade implícitas, nomeadamente no cinema periférico, como é o caso de grande parte da produção portuguesa analisada neste artigo.

Apesar do cinema não oferecer uma experiência tátil é possível identificar no figurino mais uma dimensão de significado dado pela textura e materialidade do vestuário. “A materialidade, muitas vezes, vem a ser um componente importante na edificação do sentido e, por isso, não pode ser desconsiderada.” (Castilho & Martins, 2005, p. 64) O espectador pode não estar a sentir, em contacto com a sua pele, a componente material no figurino, mas consegue reconhecer através da memória, a sua sensação. Num enquadramento simplista do mencionado, uma personagem vestida com um vestido de veludo para além de se lhe atribuir um toque delicado pode ser também transportar essa qualidade à personalidade da personagem; sendo o mesmo possível relativamente a outros conceitos como fazem exemplo a ideia de luxo. E o cinema apesar de se alimentar essencialmente do seu poder visual e auditivo, explora também novos significados através da sua materialidade. É nesta reflexão, que a fusão de função e sentido pode ser conclusiva nas teorias de Barthes. “A função-signo serve a Barthes para desenvolver uma semântica do objecto. Todo o objecto enquando objecto significa; não há objectos insignificantes. A significação do objecto começa no exacto momento em que é produzido e consumido pela sociedade” (Fidalgo, 1999a, p. 86). Massimo Baldini (2006), não relacionando a moda com o cinema considera uma noção que pode ser aplicável à arte da ilusão filmada: “Os homens podem falar através do vestuário e, por isso, também podem mentir. De resto, segundo o que afirmam muitos provérbios: o hábito não faz o monge” (Baldini, 2006, p. 93). Numa clara manifestação ao texto de Umberto Eco, *O hábito fala pelo monge* publicado, no livro *A Psicologia do Vestir*, Eco debate que a capacidade do vestuário comunicar é realista, mas a mensagem transmitida pode não ser real. Adaptando esta raciocínio ao figurino, é facilmente perceptível a possibilidade de vestir alguém para transmitir algo desejado, a natureza da personagem, mas afastar dela a realidade do ator. Ou que é possível a própria personagem ser vestida propositadamente para enganar o espectador. Mas Stella Bruzzi na sua obra *Undressing Cinema: Clothing and identity in the movies* (1997) defende que “A maioria dos figurinos de filmes são “reais” na medida em que recebem significado apenas em termos de como pertencem e são informados pelas personagens e narrativas, dependem de contextualização da significância e não impõem significado.” (Bruzzi, 1997, p. 6). No cruzamento de ambos os autores, é interessante captar que o real ou a realidade, são sempre as da personagem e é da natureza do figurino fazer parte da mesma. Todavia, a realidade da personagem não deixa de ser uma mentira criada pelo cinema, tal como Eco defendia primeiramente.

2.2. A invisibilidade do figurino: o exemplo da minissaia

Pouco depois da explosão dos anos 60 da tendência de moda da minissaia, Umberto Eco em *Psicologia do Vestir* chama a atenção para o seguinte paradoxo:

“Em Citânia: tem minissaia é uma rapariga leviana. Em Milão: tem minissaia – é uma rapariga moderna. Em Paris: tem minissaia – é uma rapariga. Em Hamburgo, no Eros: tem minissaia – se calhar é um rapaz” (Eco, 1989, p. 9).

No entanto, em Portugal se uma mulher tem vestida uma minissaia em meados dos anos 1970, possivelmente é um escândalo. Pois tal como o título do filme de Alberto Seixas Santos, ainda vivíamos segmentados em *Brandos Costumes* (1975). O pós-revolução dos cravos, demorou a chegar à moda e por consequência à sociedade e à sua representação artística na película, apesar de todas as mudanças políticas. Na obra mencionada do novo cinema português do realizador Alberto Seixas Santos, apenas uma cena prediz uma saia mais curta, possivelmente colocada acima do joelho dado a beleza do enquadramento e a posição deitada da atriz, como retratada na Fig. 1. No entanto não deixa de ser uma saia pelo joelho para uma cena nostálgica, da leitura de uma carta de confissões. A não atribuição

de créditos ao figurinista ou responsável de créditos no guarda-roupa, torna complexa a tarefa de extrair mais detalhes filmicos.



Fig.1
Brandos Costumes (1975) -
19m45seg. Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=1fdKcSOw9oo>

Dentro da mesma corrente das novas vagas de cinema europeus, a minissaia é uma peça do figurino relativamente comum. Tão normalizada que anos anteriores já fazia parte do figurino estereotipado, inclusive em comédias britânicas como visível na Fig.2.



Fig.2
Smashing time (1967) – Comédia musical que critica a nova geração britânica dos anos 60. Fonte: Guthrie, 2013

No caso do cinema, ao pronunciar o figurino como meio de comunicação demonstrado pelo vestuário de uma personagem, esta localização temporal é marcada por uma nova tendência de moda. Os signos são arbitrários e por isso não se lhe podem ser retiradas as condições de tempo e espaço (Fidalgo, 1999b, p. 70). No entanto, a sétima arte já convivía com a diminuição mini da saia e vestidos em algumas obras de ficção científica dos anos 50 como por exemplo: *The Attack of the 50-foot Woman* (1958) e *Forbidden Planet* (1956) demonstrado na Fig.3. A minissaia carrega consigo uma simbologia de libertação feminina, de modernidade artística e social, associada ao movimento juvenil *Swinging Sixties*, retratado em formato de sátira pelo filme *Smashing Time* (1967), na Fig. 2.

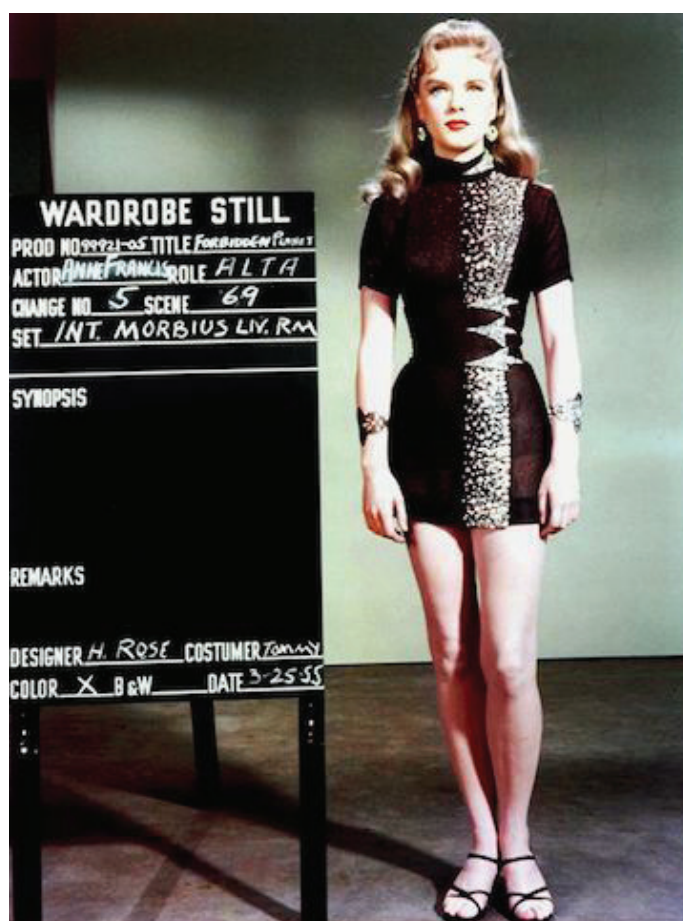


Fig.3

Fotografia do teste de figurino de Ann Francis para a personagem Altaira Morbius do filme *Forbidden Planet*, (1956) Figurinista responsável: Helen Rose. Fonte: Film-Costumes.com

O figurino pode ter diferentes interpretações consoante não só a narrativa, mas também o espectador, não destoando a pertinência da mensagem a ser transmitida. No contexto exemplar demonstrado, comprova que a conotação dada uma simples peça de roupa, na mesma época, e dentro da mesma corrente cinematográfica, pode ser interpretada pelo recetor de maneiras bastante divergentes. Tal é afirmado dado a arbitrariedade da interpretação dos signos. João Barata na sua dissertação *Design de Moda e/é Comunicação: O desenvolvimento de um objeto mutável* em 2012 defende que:

“Os filtros culturais correspondem a determinações relacionadas com a vivência e a história antropológica do recetor. Como a própria semiótica indica, a interpretação dos significantes (na atribuição de significados) é variável arbitrariamente, ou até mesmo em relação à multiplicidade de realidades, a compreensão eficiente das mensagens está dependente dos quadros comparativos e das realidades aprendidas pelo sujeito.” (Barata, 2012, p.25).

Compreendendo que houve tempos em que algumas cidades Portugal já era comum ver uma mulher com minissaia, mas noutras era uma novidade associada aos movimentos liberais, e também considerado uma afronta aos valores familiares, o filtro cultural atribuído à sociedade portuguesa de cada momento, coincide com a “modéstia” colocada ditatorialmente pelo regime salazarista. Sendo pertinente acrescentar:

“Com a desestruturação provocada pelo 25 de Abril, o processo de retoma da moda a Portugal decorreu de forma lenta (...) Cabe ainda notar que a moda para os jovens, que internacionalmente estava em voga, foi aqui inexpressiva e só viria a vingar muito mais tarde a partir da década de 1990.” (Cardim, 2014, p. 101)

Para além da popularização da minissaia, Mary Quant desempenhou um papel estruturante na redefinição do sistema da moda nas décadas de 1960 e 1970, ao desafiar os modelos tradicionais da alta-costura e ao promover um vestuário acessível, adaptado ao estilo de vida ativo, urbano e jovem. Procurou romper com os códigos da moda, apostando em peças simples, funcionais e arrojadadas, pensadas para um público jovem e com menor poder económico. Este movimento representou uma alteração cultural, que descentralizou o foco da moda do consumidor tradicional para um social – amiúde focado na mulher trabalhadora jovem – marcando uma verdadeira democratização do vestuário (English, 2013, pp. 93–95). Afirmando o atraso visível, e complementa com o facto que foi apenas a partir dos anos 80, a *Loja das Meias* o único e primeiro estabelecimento a vender peças da designer Mary Quant. Responsável pela criação da minissaia nos anos 60, vestindo também atrizes icónicas do cinema como Brigitte Bardot, Charlotte Rampling, Jane Fonda, entre muitas outras. A exemplificação dada pela desmistificação da minissaia como elemento do figurino de Umberto Eco e o modo como se prenuncia sobre a temática, veio concluir dois paralelismos. O recetor mais habituado a visionar essa tipologia de vestuário no seu quotidiano, reconhece o código da mensagem transmitida sem necessidade de o repensar. A leitura do figurino é rápida e normalizada, e o foco mantém-se na personagem e não na roupa, como é pressuposto. Apesar do recetor também ter ideias previamente concebidas sobre o vestuário em causa, não vai estranhar se for coincidente com a tipologia da personagem. A invisibilidade dada pelo recetor/espectador cinematográfico ao figurino, é a desejada, tal como, se o recetor estranhar a presença da saia, vai atribuir-lhe uma maior conotação negativa. O espectador por não estar familiarizado com a estética, irá abstrair-se da narrativa para assumir uma interpretação da peça. Quando não é esse o objetivo do filme, do realizador ou do figurinista, a visibilidade extra do figurino, pode pôr em causa e interpretação da narrativa. Já na perspetiva atual, nem a minissaia nem a *nouvelle vague* são novidades, tornando a leitura, pelo menos a do recetor ocidental, mais coerente e menos chocante. Ou seja, um dos elementos que traduz a visibilidade do figurino é a normalização sociocultural pré-concebida do espectador. Sobre a diferente atribuição de significados a uma peça de vestuário com o decorrer do tempo, Barthes opina que a moda tende a perder a sua memória por desígnio próprio e espontâneo.

“(...) a moda é documentada no exato momento em que é anunciada, no preciso instante em que é prescrita. Toda a retórica da moda está contida nesse encurtamento temporal: notar aquilo que é imposto; produzir a moda; depois vê-la apenas como um efeito sem causa nomeada; em seguida, reter apenas o fenómeno desse efeito; por fim, (...). Tal é a trajetória que a moda segue para transformar, simultaneamente, em facto a sua causa, a sua lei e os seus signos.” (tradução livre de Barthes, 1990, p. 272)

3. CONCLUSÃO

O presente trabalho evidenciou que o figurino transcende as suas funções utilitárias e funcionais, consolidando-se como um elemento que transporta dignificados específicos para auxiliar a comunicar a história de um filme, em concreto, de uma determinada personagem. Ao analisar a minissaia e o seu papel multifacetado para/no figurino, seguindo a esteira dos trabalhos de Umberto Eco, Barthes e Uhlirova (2020), reforçou-se a contribuição deste signo na criação da mensagem designada, considerando sempre o valor social e antropológico. A conotação sobre uma determinada peça de vestuário pode contribuir para que o figurino se dilua na narrativa e ajude a contar a história de quem a utiliza; ao invés, o choque cultural provocado, poderá comprometer a função de expressão e representação. No limite, o sucesso do figurino está intrinsecamente ligado à familiaridade do espectador com os códigos das peças de vestuário.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Baldini, M. (2006). *A Invenção da Moda*. Edições 70.
- Barata, J. (2012). *Design de Moda e/é Comunicação: O desenvolvimento de um objeto mutável*. Universidade da Beira Interior.
- Barthes, R. (1990). *The Fashion System*. University of California Press.
- Barthes, R. (2009). *O Óbvio e o Obtuso*. Edições 70.
- Bruzzi, S. (1997). *Undressing Cinema: Clothing and identity in the movies*. Routledge.
- Cardim, V. C. (2014). *A Moda em Portugal 1960 a 1999*. IADE Edições.
- Castilho, K., & Martins, M. (2005). *Discursos da moda: semiótica, design e corpo*. Editora Anhembi Morumbi.
- Eco, U. (1976). *A Theory of Semiotics*. Bloomington - Indiana University Press.
- Eco, U. (1989). O hábito fala pelo monge. In *Psicologia do Vestir* (pp. 7–20). Assírio e Alvim.
- English, B. (2013). A cultural history of fashion in the 20th and 21st centuries: from catwalk to sidewalk. In *Choice Reviews Online* (Second Edi). Bloomsbury. <https://doi.org/10.5860/choice.51-2218>
- Fidalgo, A. (1999a). Semiótica. A lógica da comunicação. *BOCC UBI*.
- Fidalgo, A. (1999b). *Semiótica Geral* (BOCC, UBI).
- Guthrie, A. (2013). How New Waves of cinema kicked the ‘classic’ narrative style. <https://Aaronguthrie.Medium.Com/How-New-Waves-of-Cinema-Kicked-the-Classic-Narrative-Style-A660a97c3e5d>.
- Kawamura, Y. (2005). *Fashion-ology: An introduction to fashion studies* (2nd ed.). Bloomsbury Academy.
- Monteiro, G. (1997). A Metalinguagem das Roupas. *BOCC UBI*.
- Souza, G. R. de. (2015). Barthes vai ao Cinema. *Em Tese*, 21(no 2), 29–44.
- Trotta, S., & Jesus, L. (2021). O Figurino enquanto signo-Linguagem e sentidos no Vestuário de o Auto da Compadecida. In R. Delago, V. Adorno, & C. Costa (Eds.), *Aqui jaz o último ato: 3o Cine-Fórum da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul* (pp. 447–457). Selo editorial Cine-Fórum UEMS.
- Uhlirova, M. (2020). Excavating fashion film: a media archaeological perspective. *Journal of Visual Culture*, 19(3), 340–361. <https://doi.org/10.1177/1470412920964915>
- Wigley, M. (1998). Whatever happened to total design? *Harvard Design Magazine*, 5, 25–30.

NOTAS SOBRE OS AUTORES

João Barata

Holds a PhD in Fashion Design, Assistant Professor at Lusófona University, and Integrated Researcher at CIAUD center.

Carolina Fadigas

Phd Candidate in Media Arts and Communication at Lusófona University, Lisbon, Portugal

Reference According to APA Style, 7th edition:

Barata, J. A. B., & Fadigas, C., (2025) O vestir da Invisibilidade na Sétima Arte Portuguesa. *Convergências - Revista de Investigação e Ensino das Artes*, VOL XVIII (36), 123-132. <https://doi.org/10.53681/c1514225187514391s.36.313>

