

## FIGURINOS DIGITAIS: A PERFORMANCE HOLOGRÁFICA EM *ABBA VOYAGE*

Puhl, Paula Regina; Dra.; Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS),  
paula.puhl@puers.br<sup>1</sup>

Kalil, Samara; Dra.; Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS),  
samarakalil@gmail.com<sup>2</sup>

Grupo de pesquisa de Cultura Audiovisual Digital - VIDICA<sup>3</sup>

### RESUMO

O presente estudo objetiva compreender o papel do figurino na representação holográfica/avatars dos integrantes do ABBA (Björn Ulvaeus, Agnetha Fältskog, Anni-Frid Lyngstad e Benny Andersson) no espetáculo “ABBA Voyage”, que estreou em maio de 2022, na cidade de Londres, em local pensado exclusivo para essa apresentação (ABBA Arena). Elaborados por B. Åkerlund, em conjunto com marcas, como a Dolce & Gabbana (DENETT, 2022), os trajes tiveram a aprovação da banda para posterior digitalização pela Industrial Light and Magic, empresa de efeitos visuais responsável pelo espetáculo. Desta forma, pretende-se uma análise dos figurinos do show “Abba Voyage” através de postagens no perfil oficial no Instagram (@abbavoyage), entre agosto/2021 e junho/2022, no intuito de elencar os principais destaques utilizados para potencializar a percepção e a representação visual dos artistas. O figurino revela uma linguagem visual, indexa, dirige o olhar e constrói uma visualidade (SANT’ANNA, 2016). Através dele o personagem adquire atributos e qualidades quase reais, sendo o primeiro espaço de vínculo e comunicação com o público (COSTA, 2009). Com isso, entendemos que a tríade corpo, meio e imagem e a ideia de troca simbólica (BELTING, 2015), auxiliam na clareza do propósito das imagens e que todo o objeto possui um referente na realidade, independentemente do meio (VILLAFANE, 2006). Um paralelo com a

---

<sup>1</sup> Doutora em Comunicação Social, professora na Escola de Comunicação Artes e Design, na PUC-RS. Pesquisadora integrante do grupo de pesquisa ViDica, e líder do projeto: Narrativas fashion: análise dos usos da realidade virtual e aumentada na comunicação/ divulgação de moda.

<sup>2</sup> Doutora em Comunicação Social; mestra em Comunicação Social; especialista em Jornalismo com ênfase em Gestão de Novas Mídias; jornalista. Pesquisadora integrante do grupo de pesquisa ViDica.

<sup>3</sup> Grupo de pesquisa, registrado no CNPq, sediado no PPGCom da PUC-RS -  
<http://dgp.cnpq.br/dgp/espelhogrupo/178796>.

biografia do grupo, por meio de artigos da imprensa especializada, auxiliará a remontar o significado das vestimentas escolhidas para o show. Uma das limitações do presente estudo é que a análise será mediada (não presencial, no espetáculo), porém entende-se o ineditismo já que o evento foi recente e ainda está sendo observada a sua repercussão. Historicamente, a tecnologia caminha junto às experimentações artísticas, especialmente, na cultura pop. O ABBA, mesmo sem priorizar shows ao vivo nos últimos anos, foi se utilizando de meios inovadores para permanecer no imaginário popular. Formado na Suécia nos anos 1970, em 1974 venceu o Eurovision. Juntos até 1982 como grupo, produziram mais de 13 álbuns e inúmeros videoclipes. Depois de alguns anos sem estar na mídia, lançam em 1992 a coletânea ABBA Gold (mais de 31 milhões de cópias) e, logo depois, a compilação More ABBA Gold (IT BEGAN..., 2022). Também nos anos 90 os filmes *O Casamento de Muriel* (1995) e *Priscilla: Rainha do Deserto* (1994), resgatam as músicas do grupo, que conquistam novos fãs, e a estreia do musical *Mamma Mia* (1999), com filme de mesmo título (2008), estrelado por Meryl Streep e a continuação (2013), que contou com a presença de Cher, colaboraram para dar mais visibilidade aos sucessos da banda. Nesse sentido, os figurinos sempre foram parte fundamental da linguagem visual do ABBA, e uso de tecnologias como hologramas continuam a manter a imagem do grupo na cultura popular.

**Palavras-chave:** Figurinos digitais; Cultura *pop*; ABBA.

## Referências

BELTING, Hans. Imagen, medium, cuerpo: Un nuevo acercamiento a la iconología. *Cic Cuadernos de Información y Comunicación*, Madrid, v. 20, p. 153-170, 4 nov. 2015. Disponível em: [http://dx.doi.org/10.5209/rev\\_CIYC.2015.v20.49382](http://dx.doi.org/10.5209/rev_CIYC.2015.v20.49382). Acesso em: 29 ago. 2022.

COSTA, Maria Auxiliadora Leite. O figurino no cinema. In: DROUGUETT, Juan Guillermo; D. ANDRADE, Flávio F. A. (org.). *O feitiço do cinema*. Ensaio de griffe sobre a sétima arte. São Paulo: Editora Saraiva, 2009.

DENETT, Kate. ABBA teams up with Dolce & Gabbana to design one-off digitised outfits for the singers' avatars to wear in their upcoming avatar concerts. *Daily Mail*, [S. l.], 29 abr. 2022. Disponível em: <https://www.dailymail.co.uk/tvshowbiz/article-10765229/ABBA-teams-Dolce-Gabbana-design-one-digitised-outfits-hologram-concerts.html>. Acesso em: 29 ago. 2022.

IT BEGAN over 50 years ago in sweden. In: *Abba Oficial Site*. [S. l.], 2022. Disponível em: <https://abbasite.com/story>. Acesso em: 29 ago. 2022.

SANT'ANNA, Mara Rúbia. *Teoria de Moda: sociedade, imagem e consumo*. Barueri, SP: Editora Estação das Letras e Cores, 2016.

VILLAFANE, Justo. *Introducción a la teoría de la imagen*. Madrid: Ediciones Pirámide, 2006.

