

# DOBRAS

abepem

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE  
ESTUDOS E PESQUISAS EM MODA

Associação  
Brasileira  
de Estudos  
e Pesquisas  
em Moda

e-ISSN 2358-0003

<https://dobras.emnuvens.com.br/dobras>

#### COMITÊ EDITORIAL

##### EDITORA-CHEFE

Profa. Dra. Maria Claudia Bonadio

##### EDITORA-EXECUTIVA

Dra. Valéria Faria dos Santos Tessari

##### ASSISTENTES EDITORIAIS

Ana Luiza Monteiro, Carina Borges Rufino e Felipe Goebel

##### GESTORA FINANCEIRA

Profa. Dra. Maria de Fátima da Silva Costa Garcia de Mattos

#### CONSELHO CIENTÍFICO

Profa. Dra. Agnes Roccamora (London College of Fashion, Inglaterra); Profa. Dra. Alessandra Vaccari (Università Iuav di Venezia, Itália); Profa. Dra. Alison Matthews David (Ryerson University, Canadá); Profa. Dra. Ana Claudia de Oliveira (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil); Profa. Dra. Ana Paula Cavalcanti Simioni (Instituto de Estudos Brasileiros, Universidade de São Paulo, Brasil); Profa. Dra. Caroline Evans (Central Saint Martins, Inglaterra); Profa. Dra. Denise Berruezo Portinari (Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Brasil); Prof. Dr. Fausto Viana (Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, Brasil); Prof. Dr. Frederic Godart (Insead, The Business School for the World, França); Profa. Dra. Giulia Ceriani (Università di Bergamo, Itália); Profa. Dra. Ivana Guilherme Simili (Universidade Estadual de Maringá, Brasil); Profa. Dra. Kathia Castilho (pesquisadora independente); Profa. Dra. Luz Neira García (Fashion For Future, Milão, Itália); Profa. Dra. Maria do Carmo Rainho (Arquivo Nacional, Brasil); Profa. Dra. Maria Eunice Souza Maciel (Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil); Profa. Dra. Paula Maria Guerra Tavares (Universidade do Porto, Portugal); Prof. Dr. Paulo Keller (Universidade Federal do Maranhão, Brasil); Profa. Dra. Regina Root (William & Mary, Estados Unidos); Profa. Dra. Renata Pitombo (Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Brasil); Profa. Dra. Rita Morais de Andrade (Universidade Federal de Goiás, Brasil); Prof. Dr. Ronaldo de Oliveira Corrêa (Universidade Federal do Paraná, Brasil); Profa. Dra. Sofia Pantouvaki (Aalto University, Finlândia); Profa. Dra. Vânia Carneiro Carvalho (Museu Paulista, Universidade de São Paulo, Brasil).

#### CAPA

Marcelo Max a partir da fotografia de Paulo Catrica

#### IMAGENS

Paulo Catrica @pcatrica | Pedro Bandeira @pedrobandeira.info

#### DIREÇÃO DE ARTE | PROJETO GRÁFICO

Marcelo Max

#### CONTATO

dobras@abepem.com.br

#### SITE e INSTAGRAM

<https://dobras.emnuvens.com.br>

@dobrasrevista

REVISTA DOBRAS e-ISSN 2358-0003 | ISSN impresso 1982-0313 v. 1 n. 1 da obra[s]/2007.

#### ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ESTUDOS E PESQUISAS EM MODA (ABEPEM)

Rua Cardoso de Almeida, 788, cj. 144. São Paulo - SP. CEP: 05013-001

EDITORIAL

5

O PODER DAS IMAGENS

Felipe Goebel  
Maria Claudia Bonadio

APRESENTAÇÃO DOSSIÊ

7

O VESTUÁRIO NA HISTÓRIA DO CINEMA E A SUA RECEÇÃO CRÍTICA

Caterina Cucinotta  
Ana Catarina Pereira

13

IMAGENS DO DOSSIÊ

Paulo Catrica

DOSSIÊ

14

PELÍCULA, TECIDO E TELA: PARA UMA ESTÉTICA DOS MATERIAIS ENTRE MODA E CINEMA

Caterina Cucinotta

30

DESVESTINDO A FATALIDADE: A EVOLUÇÃO DA IMAGEM DA FEMME FATALE NO CINEMA POR MEIO DO FIGURINO

Mercedes Rodrigues Sanchez

55

MULHERES EM VINGANÇA E NOVOS “SIMBOLISMOS DE CORPOS FEMININOS” ENTRE ANTROPOMORFISMO FÍLMICO, MODA E IDEALISMO DE GÊNERO NO CINEMA DE VISCONTI

Teresa Biondi

83

“SENHORINHA CINEMOFILA”: CINEMA E MODA NA CULTURA BRASILEIRA DOS ANOS 1920

Tatiana Castro  
Everton Vieira Barbosa

103

MODA E CINEMA EM DUAS PERSPECTIVAS: NOTAS PRELIMINARES SOBRE FIGURINO E RELAÇÕES DE GÊNERO EM GILDA DE MELLO E SOUZA E PAULO EMÍLIO SALLES GOMES

Giulia Falcone  
Victor Santos Vigneron

ARTIGOS

122

A REPRESENTAÇÃO DA MULHER “FEMINISTA” NA TELEVISÃO BRASILEIRA: O FIGURINO DA PERSONAGEM MALU NO SERIADO “MALU MULHER”

Elisabeth Murilho da Silva  
Laise Lutz Condé de Castro

149

DZI CROQUETTES: TRAJES EM CENA ROUPAS DA MODA

Flavia Jakemiu Araujo Bortolon

170

A MODA E A MEMÓRIA: DOS BRECHÓS AO ESTILO DIY COMO CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADE

Priscila Kieling Pontin  
Moisés Waismann  
Judite Sanson de Bem

183

TECNOLOGIAS ASSISTIVAS RELACIONADAS À MODA PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA VISUAL: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA

Rodrigo Diego de Oliveira  
Maria Lucia Leite Ribeiro Okimoto

206

GALERIA

Paulo Catrica  
Pedro Bandeira

[editorial]



## O poder das imagens

Felipe Goebel – Assistente editorial

<https://orcid.org/0000-0002-0585-6890>

Maria Claudia Bonadio – Editora-chefe

<https://orcid.org/0000-0001-9704-9780>

A edição nº 35 da revista **dObras**, segundo número de 2022, chega em um momento em que se faz necessário uma reflexão sobre as imagens e as representações que nos são transmitidas, que recebemos, que consumimos e interpretamos no nosso dia a dia. Sobretudo, em um ano já marcado pelas disputas e tensões relacionadas com as narrativas criadas pelas imagens, seja no âmbito da política seja no âmbito do social. O poder das imagens e das representações nos rodeia e estamos, de certa forma, inseridos nelas, ao mesmo tempo que também as criamos e nelas interferimos. Nunca paradas, mas sempre passíveis de interferência e interpretações as mais variadas, elas constituem em grande medida nossa vivência e nossa experiência do mundo social.

É justamente nessa direção de ligação entre imagens e representações com a criação narrativas que o dossiê **“Moda, cinema e gênero: entre o estereótipo e a materialidade”** se encontra. Organizado por Caterina Cucinotta (Universidade NOVA de Lisboa) e Ana Catarina Pereira (Universidade da Beira Interior), em âmbito de colaboração com universidades portuguesas, o dossiê propõe agregar reflexões sobre a fabricação de padrões de gênero feminino por meio das roupas, do figurino e da moda como materialidade na produção cinematográfica. Não apenas no sentido de imagens e representações, mas também na direção do trabalho realizado frente e detrás das câmeras - na criação dos produtos fílmicos, na recepção e na sua difusão. Buscando novas perspectivas de análise que tenham como ponto de partida o vestuário e a própria moda inseridos na arquitetura da linguagem fílmica, os artigos reunidos no dossiê tem como eixo temático principal a construção de imagens femininas as mais variadas no e do cinema, por meio da mobilização das roupas e das aparências.

Na seção **Artigos**, apresentamos os trabalhos recebidos em fluxo contínuo. Trata-se de pesquisas que, de modos diversos e perspectivas distintas, também abordam a produção de imagens de moda e o poder das aparências na construção das representações.

Em **A representação da mulher ‘feminista’ na televisão brasileira’: o figurino da personagem Malu no seriado Malu Mulher**, Elisabeth Murilho da Silva e Laise Lutz Condé de Castro examinam os figurinos e as aparências da personagem Malu, identificada como feminista, no seriado da TV Globo Malu Mulher (1979-1980) e os impactos que a produção teve na construção de modelos de representação feminina. As autoras, por meio desse estudo de caso, analisam os desafios encarados para a produção de uma representação que rompesse com os estereótipos negativos e conservadores da mulher feminista no período da Ditadura Militar no Brasil.

Flavia Jakemiu Araújo Bortolon, no artigo **Dzi Croquettes: trajes em cena roupas da moda** examina os trajes utilizados pela banda Dzi Croquettes nos anos 1970, também no período da Ditadura Militar. Apresenta como o figurino usado pelos membros da banda causou um intenso e polêmico debate sobre as construções de gênero no período. A autora aponta que ao jogar com peças de roupas estabelecidas como masculinas e femininas, os Dzi Croquettes criaram uma atmosfera de questionamento sobre as definições de sexo e gênero por meio das aparências e da apresentação.

No artigo **A moda e a memória: dos brechós ao estilo DIY como construção de identidade** as autoras Priscila Kieling Pontin, Judite Sanson de Bem e o autor Moisés Waismann exploram as possibilidades de criação de identidades individuais únicas por meio do consumo de peças de brechós e da prática do DIY (*do it yourself*). Como forma de se diferenciar das tendências dominantes, os indivíduos envolvidos no circuito dos brechós (dos donos aos consumidores) preocupam-se tanto com as aparências como com a materialidade e a memória das roupas. Para tal, utilizam o brechó Bendita Traça como estudo de caso, atentando-se para as diversas práticas de criação e consumo que ocorrem nos brechós, as quais mobilizam aspectos de construção da imagem pessoal, construção de identidade e memória das roupas.

O artigo **Tecnologias assistivas relacionadas à moda para pessoas com deficiência visual: uma revisão sistemática**, de Rodrigo Diego de Oliveira e Maria Lucia Leite Ribeiro Okimoto, tem a visão por objeto. O objetivo do trabalho é identificar o estado da arte das tecnologias assistivas para pessoas com deficiência visual no âmbito da moda, em um mercado em expansão no interior da indústria da moda. Realizando uma revisão bibliográfica sistemática, foram mapeadas 30 soluções de tecnologias assistivas com foco no vestuário e nas pessoas com deficiência (PcD) visual, como etiquetas têxteis em Braille, códigos de cores, aplicativos inteligentes entre outras, como forma de mapear as tecnologias assistivas empregadas pela indústria da moda contemporânea em direção ao consumo feito por pessoas com deficiência visual.

Agradecemos a todos os pesquisadores e pesquisadoras que nos enviaram seus textos e a todas, todos e todes que contribuíram para a realização desta edição. Esperamos que os trabalhos aqui reunidos contribuam para reflexões, questionamentos e entendimentos mais plurais e diversificados em relação ao poder das representações de moda na construção de imagens.

Desejamos uma boa leitura!

[dossier]



## O vestuário na História do Cinema e a sua receção crítica

### *Costumes in the History of Cinema and its critical reception*

Caterina Cucinotta<sup>1</sup>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0572-6930>

Ana Catarina Pereira<sup>2</sup>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4066-7486>

A presença icónica do vestuário no cinema perpassa toda a História da sétima arte, dos primeiros filmes aos contemporâneos, sendo geradora de tendências, géneros, estereótipos, sucessos e fracassos de bilheteira, aplausos ou desgostos da crítica especializada. O dossiê que aqui iniciamos parte deste princípio, sendo dedicado à importância e à visibilidade do figurino do cinema, e relacionando, de uma perspectiva teórica, os estudos de género e as materialidades fílmicas.

Em termos referenciais, são extensas as referências bibliográficas e as propostas de análise fílmica que apresentam a moda e os figurinos como definidores de identidades – através do vestuário de atrizes e atores – e simultâneos indutores de novas tendências (STREET, 2001; BRUZZI, 1997). Diversos estudos semióticos e sociológicos analisam ainda o vestuário a partir de um ponto de vista que o coloca fora do enquadramento fílmico e das suas especificidades materiais, reiterando-se a sua função de agente performativo (CALEFATO, 2011). Não obstante, são ainda escassas as reflexões que encaram a moda de distintas vertentes analíticas, com um ponto de partida que insira o vestuário e a própria moda na arquitetura da linguagem fílmica.

Tradicionalmente, a análise do vestuário nos estudos fílmicos tem sido orientada pela noção de moda como um universo disjunto, de lógica comercial e futilidades várias. Porém, neste dossiê, a moda é entendida como uma materialidade fundamental para o percurso narrativo do filme, ou como o elemento que possui a matéria têxtil indispensável para vestir e revestir corpos de atores e atrizes e, portanto, de todas as personagens. Nessa perspetiva, o revestimento não deve ser tratado como mero objeto de difusão de marcas que, com um propósito lucrativo, agenciam a celebridade enquanto meio de divulgação. Nas reflexões que

---

<sup>1</sup> Investigadora de pós-doutoramento (SFRH/BPD/115835/2016) no Instituto de história contemporânea (IHC - NOVA de Lisboa). Autora do livro “Viagem ao cinema através do seu vestuário”, LabCom, 2018. Professora auxiliar convidada da Universidad Rey Juan Carlos de Madrid. E-mail: [caterinacucinotta@fcsh.unl.pt](mailto:caterinacucinotta@fcsh.unl.pt).

<sup>2</sup> Professora Auxiliar da Faculdade de Artes e Letras da Universidade da Beira Interior. Investigadora do LabCom, responsável pelo projeto “Speculum - Filmar-se e ver-se ao espelho: O uso da escrita de si por documentaristas de língua portuguesa” (EXPL/ART-CRT/0231/2021: FCT). E-mail: [acsp@ubi.pt](mailto:acsp@ubi.pt).

se seguem, os figurinos passam de objeto comercial a sujeito autoral, fundamentos na construção de personalidades fictícias. O vestuário é assim encarado como medular, tanto na formação estética do enquadramento, como nas visões culturais e sociais que o filme motiva.

Por outro lado, com base numa perspetiva de género, reconhece-se hoje que muitas mulheres que trabalharam nas produções cinematográficas do início da História do cinema não assumiram, na maioria dos casos, a função de realizadoras, mas antes de montadoras, pela sua anterior experiência como costureiras (PEREIRA, 2016; HOLANDA, 2019). Passado mais de um século, e mantendo-se a discriminatória divisão de funções, a profissão de figurinista continua a ser aquela em que mais mulheres encontram oportunidades de trabalho e de exercício da sua criatividade, comparativamente a todas as restantes áreas e categorias técnicas do cinema (SCHOLZ, 2020).

Pelo conjunto de razões até aqui apontadas, o discurso e a obra das/os artistas – co-autoras/es, por detrás das câmaras – possibilitam uma melhor compreensão e análise do filme, mesmo (ou sobretudo se) partirmos de um ponto de vista inusual como o do vestuário. Relembrando que o *design*, enquanto disciplina, possui uma História e um peso epistemológico, o vestuário deve ser visto como um objeto de estudo impreterível para uma completa análise fílmica.

Ao refletirmos sobre a essência do cinema e da moda do ponto de vista dos seus processos de fabricação, concebemos, por esta via, fortes sinergias com o universo feminino (com as personagens interpretadas por mulheres, mas também com as próprias mulheres que trabalham nas distintas áreas do cinema). O processo de produção manual que reconhecemos como identitário na génese de um “vestido” possui muitos elementos em comum com o processo de produção manual na génese de um “filme” (BURT, 2008).

No seu conjunto, a edição aqui apresentada projeta-se assim na intersecção das áreas mencionadas, mas também de vários idiomas, sendo essencialmente trilingue. Seleccionámos um artigo em espanhol, dois em italiano e três textos em português, incluindo a introdução proposta, na qual pretendemos sintetizar as reflexões que se seguem, bem como clarificar a relação estabelecida entre os estudos de género, o cinema e os figurinos. Estruturalmente, os dois primeiros artigos são dedicados ao percurso das mulheres, essencialmente montadoras e atrizes, no cinema; um segundo grupo de textos, também com duas contribuições, é orientado para a representação de algumas mulheres com respectivas reverberações nas sociedades italiana e brasileira; o último artigo volta à formação da crítica de cinema, focando-se no Brasil do início do século passado.

No primeiro, “Pellicola, Tessuto e Tela: Per un’estetica dei materiali tra moda e cinema”, a autora Caterina Cucinotta encontra uma raiz feminina que, dos ateliês de moda e do corte e cose, passou à montagem fílmica, retendo dentro de si uma sabedoria feita de manualidades, reflexão e fleuma. Do “esboço” inicial à montagem das peças (ou sequências) para obtenção do resultado final, moda e cinema revelam uma estrutura processual muito idêntica, inteiramente suportada, desde a sua génese, por mulheres. No mesmo artigo, ainda se reflete sobre o papel exercido pelas mulheres ao longo da História do cinema, encontrando o exemplo de Elizaveta Svilova no cinema russo das vanguardas. Outros paradigmas que interessam à construção material do enquadramento tratam questões teóricas como

o desenvolvimento de uma Estética dos materiais, promulgada pela dupla de realizadores portugueses António Reis e Margarida Cordeiro, fazendo-se uma ponte interessante com a “Sartorial Philosophy” da pesquisadora Giuliana Bruno (2014).

Em seguida, Mercedes Rodriguez Sanchez, no artigo “Desvistiendo la Fatalidad. La evolución de la imagen de la femme fatale en el cine a través del vestuario”, partindo de algumas das referências teóricas coincidentemente usadas por Cucinotta, promove uma análise da evolução histórica da *femme fatale* no cinema. A autora não se centra nas intenções dos realizadores e do enredo fílmico, demonstrando antes, através da sua análise, como o vestuário incide não só na construção visual exterior dos personagens, sendo também um componente que prossegue os gestos, ações e emoções daqueles. Se no cinema mudo, Mercedes Rodrigues reconhece a *vamp* como a primeira mulher malvada, já com o planeamento do Código Hays, censura do cinema norte-americano iniciada em 1934, o vestuário, antes explícito, transforma-se em algo que sugere, mas que não pode mostrar. O artigo dialoga assim entre uma análise fílmica de algumas importantes sequências e os testemunhos de figurinistas que contribuíram materialmente para a construção das peças em questão.

Por outro lado, se a proposta deste dossiê é uma análise operada em diálogo com os estudos de género e o progressivo questionamento dos rígidos papéis atribuídos a homens e mulheres, no ecrã e por detrás das câmaras, o terceiro artigo foca-se precisamente na construção dos figurinos de alguns protótipos de mulher no cinema de Luchino Visconti. Em “Donne in rivalsa e nuove “simboliche dei corpi femminili” tra antropomorfismo filmico, moda e idealismo di genere nel primo periodo del cinema viscontiano”, a autora Teresa Biondi destaca três personagens femininas em três filmes de Visconti: Giovanna-Calamai em *Ossessione* (1943), Maddalena-Magnani em *Bellissima* (1951) e Pupe-Schneider em *Il lavoro* (1962). Relacionando as construções de vestuário e cenografia, os filmes analisados mostram como Visconti desconstruiu o *divismo* cinematográfico (sistema de estrelato) através de uma materialidade ontologicamente realista. Não obstante, apesar de os casos de estudo terem em conta o lado dos criadores, é com a personagem de Pupe, interpretada por Romi Schneider, que Visconti cria um novo corpo de diva, através de peças de roupa de Chanel. Todas as personagens de mulheres propostas para reflexão compõem um *corpus* das mudanças culturais operadas na sociedade italiana, tomando-se o papel feminino no casamento como ponto de referência principal.

Os últimos dois ensaios contextualizam-se no Brasil, mostrando-se a representação da feminilidade no cinema, através, por um lado, do impacto do cinema no meio sociocultural brasileiro dos anos vinte do século XX, e, por outro, analisando os estudos de caso de Gilda de Mello e Souza e de Paulo Emílio Salles Gomes, no âmbito académico.

“Senhorinha Cinemofila: Cinema e moda na cultura brasileira dos anos 1920”, dos autores Tatiana Castro e Everton Vieira Barbosa, analisa os hábitos da sociedade brasileira do início do século passado, numa tentativa de compreensão do tipo de feminilidade representada na imprensa e dos significados produzidos a partir da relação entre cinema e moda. Inserem-se aqui as mudanças socioculturais vindas da Europa, em particular da sociedade francesa, e do recém-nascido cinema hollywoodiano, como pontos de partida para uma metamorfose visual nos hábitos das mulheres brasileiras.

Na última contribuição deste número especial, em “Moda e Cinema em Duas Perspectivas: Notas preliminares sobre figurino e relações de gênero em Gilda de Mello e Souza e Paulo Emílio Salles Gomes”, a dupla de autores Giulia Falcone e Victor Santos Vigneron mostra as convergências históricas e culturais que puseram em relação as figuras de Mello e Souza e Salles Gomes. Ao longo do ensaio, (re)conhecemos as incursões na moda de Gilda de Mello e Souza, primeiro com o seu doutoramento, concluído em 1950 e publicado em 1987 com o título “O espírito das roupas”, e depois através de várias reflexões que abrangem também o cinema e o seu vestuário. Do seu lado, Paulo Emílio Salles Gomes é uma personagem incontornável na história social do cinema brasileiro, conhecido também como historiador e crítico, fundador da Revista Clima e da Cinemateca Brasileira em 1940. Entre outras considerações, o artigo devolve-nos as convergências com Mello e Sousa, orientadora da sua tese de doutoramento, no universo da crítica de cinema, no qual o figurino tinha encontrado a sua importância epistemológica de elemento fundamental na construção da comunicação do filme.

Com a proposta da temática “Cinema e Moda: Entre o gênero e as materialidades” a orientar a presente edição, as perspectivas que emergiram dos cinco ensaios escolhidos foram notáveis. Os desenvolvimentos desta área de estudos são promissores, tanto em termos de metodologias usadas quanto em marcos de expansão geográfica. A diversidade linguística, por um lado, e a pluralidade de autores oriundos de diversas instituições de ensino superior afirmaram como o *material turn* nos *film studies* pode e deve intersectar-se também com os *fashion studies* e com os *costume studies*, tendo em conta os *gender studies*.

Uma profunda incursão na História do cinema, bem como as específicas intersecções entre as figuras femininas à frente e atrás da câmara, permitiram reunir, nestes cinco ensaios, pontos de partida instigantes para futuras investigações sobre a materialidade do vestuário no cinema.

Nas últimas décadas, a comunidade acadêmica dos *costume studies* tem vindo a ocupar um lugar consistente nos *film studies* e nos *fashion studies*, com uma produção literária diversificada e, muitas vezes, inovadora.

Lançado o desafio deste dossiê, aguardamos por futuras pesquisas que começam agora, neste presente inspirado e inspirador.

## REFERÊNCIAS

BRUNO, G. **Surface**. Matters of aesthetic, materiality and media. Chicago: University of Chicago Press, 2014.

BRUZZI, S. **Undressing cinema**. Clothing and identity in the movies. Londres e Nova York: Routledge, 1997.

BURT, R. **Medieval and “early modern” film and media**. Basingstoke and New York: Palgrave Macmillan, 2008.

CALEFATO, P. **La moda oltre la moda**. Milano: Lupetti editori di comunicazione, 2011.

HOLANDA, K. **Mulheres de cinema**. Rio de Janeiro, Brasil: Numa Editora, 2019

PEREIRA, A. C. **A mulher-cineasta: da arte pela arte a uma estética da diferenciação**. Covilhã: LabCom.IFP, 2016.

SCHOLZ, Annette. The invisible women of Spanish cinema. In: CORDERO-HOYO, E. & SOTO-VÁZQUEZ, B. **Women in Iberian filmic culture**. A feminist approach to the cinemas of Portugal and Spain. Bristol: Intellect books, 2020.

STREET; S. **Costume and Cinema: Dress Codes in Popular Film**. New York: Wallflower, 2001.

## Imagens do dossiê

Este portfólio reúne fotografias de Pedro Bandeira e Paulo Catrica, selecionadas a partir de dois projectos editoriais distintos. As fotografias de Bandeira, foram retiradas de “O Mundo às Costas” (2001-2021) e as de Catrica de “Memorator” (2015).

Publicação recente, “O Mundo às Costas” (2022) é o primeiro volume (2001-2021) de uma “história universal” do século XXI, “obviamente um delírio apesar de factual”. Partindo de um *scrapbook* de recortes de jornal, que Bandeira juntou ao longo de vinte anos, reproduzido em fac-simile, o livro reúne ainda um texto ensaio do autor e um extenso ensaio visual fotográfico a partir de lugares que lhe são familiares. Como esclarece o texto da editora *Pierrot Le Fou*, “não sendo um livro de carácter disciplinar, a arquitetura (e a arquitetura sem arquitetos) acabam por ser o tema transversal que expressa toda a complexidade que caracteriza a nossa sociedade”. Este pequeno portfolio extraído do livro recupera fotografias que tratam outras imagens, o duplo gesto de Bandeira ao des/re/construir e de apropriar-se de imagens que estão em espaços públicos reconfigurando-as quando ao seu hipotético sentido.

Na génese das fotografias de Paulo Catrica está o corpo de trabalho que realizou para o Teatro D. Maria II em 2014 que foi editado sob o título “Memorator” (2015) Este ensaio-montagem, pretende ser a nomenclatura visual de um edifício sob a forma de um atlas fotográfico. Propondo uma teoria da memória e do espaço do Teatro D. Maria convoca diferentes géneros e tipos de fotografias de diversos tempos históricos, tendo o incêndio que destruiu o interior do teatro D. Maria II na madrugada de 2 de Dezembro de 1964 como instigador do argumento.

Das doze fotografias selecionadas para esta publicação apenas três foram publicadas no livro, tratam os espaços de trabalho do teatro, os ateliers de costura e de adereços, ou os armazéns de guarda roupa. A dupla invisibilidade destes espaços, longe do olhar dos espectadores e ausentes da imagética de representação e divulgação, estão na origem destas fotografias, que pretendem homenagear as mulheres e os homens que sendo essenciais às actividades do Teatro nunca sobem ao palco.

Paulo Catrica  
Lisboa, Julho de 2022



## Película, tecido e tela: para uma estética dos materiais entre moda e cinema

*Pellicola, tessuto e tela: per un'estetica dei materiali tra moda e cinema*

*Film, fabric and canvas: for an aesthetic of materials between fashion and cinema*



Caterina Cucinotta<sup>1</sup>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0572-6930>

**[resumo]** Este artigo destaca as semelhanças entre cinema e moda através do conceito de “materialidade”. Após o *materiality turn* nas ciências sociais e humanas, nos últimos anos as investigações intensificaram-se também nos *film studies* e *media studies*. Na sua intersecção com os *fashion studies*, a materialidade cinematográfica adquire aspectos altamente sugestivos ainda não explorados do ponto de vista das afinidades entre os dois campos. Se a moda existe essencialmente através do tecido e das suas tramas, o cinema existe através do filme projetado sobre uma tela, que também é tecido. Além disso, nos seus primórdios, o cinema era frequentemente associado ao conceito de “manufacto” e a sua construção material era confiada a mulheres que tinham tido experiência em ateliers de moda. Ambos produtos da modernidade, cinema e moda mantêm uma superfície exteriormente feminina baseada na *techné*. Ao criar um percurso teórico e conceptual, o artigo quer evidenciar a forma como a estética dos materiais (Cucinotta, 2018) no cinema é também construída através de conceitos extrapolados do mundo da moda. Ao apresentar uma análise crítica e estética desta união, queremos reconectar-nos a um espaço conceptual em que as ondas do tecido criam o movimento das imagens na tela e a própria película se torna tecido sobre o qual criar linhas narrativas.

**[Palavras-chave]** **Materialidade. Film studies. Fashion studies. Manufacto. Estética dos materiais.**

**[Abstract]** This article highlights the similarities between cinema and fashion through the concept of “materiality”. Following the *materiality turn* in the social sciences and humanities, in recent years researches has also intensified in *film studies* and *media studies*. In its intersection with *fashion studies*, film materiality acquires highly suggestive aspects not yet explored from the point of view of the affinities between the two fields. If fashion exists essentially through fabric and its wefts, cinema exists through film projected onto a canvas, in a sense also fabric itself. In its early days, moreover, cinema was often associated with the concept of “manufacture” and its assembly was entrusted to women who had experience in fashion ateliers. Both a product of modernity, cinema and fashion maintain an outwardly feminine surface based on a *technè*. By creating a theoretical and conceptual pathway, the article will focus on how the aesthetic of materials (Cucinotta, 2018) in cinema is also constructed through concepts extrapolated from the world of fashion. By presenting a critical and aesthetic analysis of this union, we want to reconnect to a conceptual space in which the waves of fabric create the movement of images on the canvas and the film itself becomes fabric on which to create narrative lines.

**[keywords]** **Materiality. Film studies. Fashion studies. Manufact. Material aesthetic.**

<sup>1</sup> Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade Nova de Lisboa (2015). Professora auxiliar convidada da Universidad Rey Juan Carlos de Madrid. Investigadora de pós-doutoramento no Instituto de historia contemporanea da NOVA de Lisboa. E-mail: [caterinacucinotta@fcsh.unl.pt](mailto:caterinacucinotta@fcsh.unl.pt)

[riassunto] Questo articolo mette in evidenza le similitudini tra il cinema e la moda attraverso il concetto di “materialità”. In seguito al *materiality turn* delle scienze sociali e umane, nel corso degli ultimi anni le ricerche si sono intensificate anche nell’ambito dei *film studies* e dei *media studies*. Nel suo incrocio con i *fashion studies*, la materialità cinematografica acquisisce aspetti altamente suggestivi non ancora esplorati dal punto di vista delle affinità tra i due ambiti.

Se la moda esiste essenzialmente attraverso il tessuto e le sue trame, il cinema esiste attraverso la pellicola proiettata su una tela, in un certo senso anch’essa tessuto. Ai suoi primordi, del resto il cinema era spesso associato al concetto di “manufatto” e la sua lavorazione era affidata a donne che avevano avuto esperienza in atelier di moda. Entrambi un prodotto della modernità, il cinema e la moda mantengono all’esterno una superficie (o involucro) al femminile basata su una *technè*.

Con la creazione di un percorso teorico e concettuale l’articolo verterà su come *l’estetica dei materiali* (Cucinotta, 2018) nel cinema si costruisca anche attraverso concetti estrapolati dal mondo della moda.

Presentando un’analisi critica e estetica di questa unione, vogliamo ricongiungerci ad uno spazio concettuale in cui le onde del tessuto creano il movimento delle immagini sulla tela e la pellicola stessa diviene tessuto su cui creare le linee narrative.

[Parole chiave] **Materialità. Film studies. Fashion studies. Manufatto. Estetica dei materiali**

Recebido em: 10-01-2022

Aprovado em: 17-06-2022

## Introduzione

Abitiamo una società in continuo mutamento, in cui il cinema è stato il punto di partenza materiale che, con le sue proiezioni cucite, incollate e colorate a mano, ha aperto la strada alla digitazione prima e alla digitalizzazione dopo (Branco, 2020: 155), dei nostri sogni.

Pensiamo che il cinema, quello creato dai fratelli Lumière, è sempre stato una combinazione di materialità e tecnologia. A partire dalla sua pellicola e dai dispositivi che la accoglievano fino a poco tempo fa, ne abbiamo accompagnato il flusso di luce che arrivava a proiettarsi su una tela.

Quando, nel mondo accademico si iniziò ad esaltare un *materiality turn* che dalle scienze sociali e umanistiche compiva il suo passaggio negli studi filmici e dei media, (Herzogenrath, 2015). i valori, gli elementi e le variabili materiali già esistenti, iniziarono ad essere rivalutati, assumendo una posizione più rilevante. L'accettazione del cinema come risultato di una operosità artigianale e collettiva che anticipa la digitalizzazione e la digitazione, si somma alla sua definizione come esperienza di comunicazione che drammatizza e trasforma la realtà.

Il *materiality turn* pertanto non arriva in un momento storico a caso. Così come la moda e il cinema, i quali, seguendo il filo logico che da George Simmel porta a Giuliana Bruno (Simmel, 1996; Bruno, 2015), nacquero entrambi come un discorso prodotto dalla modernità; il *materiality turn* nei *film studies*, e nei media in generale, si incanala in un processo di concretizzazione, di tangibilità e di corporeità che vede piano piano sfuggire al tatto, quella parte materiale del cinema che è la pellicola, soppiantata dal digitale e dalle sue astrazioni di archiviazione. Ma non si tratta solo di una lenta e inesorabile perdita della pellicola con una sua conseguente rivalutazione semantica e analitica; questo processo di riscoperta della corporeità del cinema nasce sul finire delle professioni cinematografiche, le cosiddette “maestranze”, soppiantate anch'esse dalla post-produzione in digitale che non lascia niente al caso, a cui non sfugge nulla e che crea una perfezione che rasenta l'irreale.

Il *materiality turn* fiorisce quindi in un momento posteriore alla modernità: un momento storico in cui la modernità di cui ci narra George Simmel è già stata ultrapassata e ci troviamo in piena post-modernità, alle prese con tecniche e tecnologie che nel giro di pochissimi anni diventeranno obsolete, sostituibili con macchine nuovissime che a loro volta, in pochi anni, incontreranno lo stesso, triste destino.

Su queste premesse è quindi comprensibile l'importanza tra i vari legami materiali delle operosità che *eseguono* il cinema. In questo senso difatti, è il *materiality turn* nei *film studies* che si sofferma sulle tecniche tradizionali che hanno plasmato il cinema dei primordi, che lo hanno reso differente dalla fotografia e dalla stampa (Mormorio, 1997) e che, in fin dei conti, lo hanno portato ad una lenta e tracciabile crescita da semplice manufatto collettivo (Bizio & Laffranchi, 2002) a mezzo di comunicazione contemporaneo (Grilo, 2007).

Legato al concetto di cinema come manufatto troviamo, indissolubile e forte, un altro concetto che lo accompagna: quello della tecnica femminile al servizio dell'arte cinematografica dei primordi (Dall'Asta et al. 2013).

Se da un lato, la professione che registra la maggior presenza femminile nel cinema contemporaneo sono i costumi (Scholz in Cordero-Hoyo e Soto-Vazquez, 2020), dall'altro, montaggio e coloritura sono le professioni che contraddistinguevano la presenza femminile nel cinema muto. Cosa hanno in comune questi mestieri? Qual è il loro legame con il mondo femminile?

### Le montatrici, le coloritrici e le ricamatrici

Con il transito dall'analogico al digitale, molti dei mestieri del cinema sono stati assorbiti dal "fare digitale" astratto che ne ha sancito anche un cambio in ambito artigianale e in un nuovo valore metaforico.

A sua volta, con il transito dal muto al sonoro, (dal 1925 fino al 1930 circa) le montatrici vennero sostituite da montatori uomini con competenze anche nel campo elettrico.

Ancor prima, la presenza delle donne nelle sale di assemblaggio dei film muti rivelava una certa loro relegazione a un fare più tecnico. Questo "saper fare" si trasbordava nel lavoro minuzioso e paziente della colorazione e del montaggio, che ci riporta ad un'idea di un cinema tangibile e materiale: un manufatto appunto.

A partire da queste materialità, la confezione del guardaroba si concretizzava come un sapere fondamentale per il passaggio dai laboratori di taglio e cucito degli atelier di moda alle sale di montaggio e coloritura delle case di produzione cinematografica.

*(Il montaggio) Era un mestiere femminile, era visto come qualcosa di simile al cucito. Lì si univano i pezzi del film. E il montaggio possedeva degli aspetti che lo accu- manavano a una bibliotecaria, era percepito come un lavoro da donna<sup>2</sup>. (Ondaatje, 2007: 75)*

Scaglionando il sapere tecnico che passa dal taglio e cucito del tessuto al taglio e cucito della pellicola e alla sua minuziosa colorazione a mano, per esempio ci si accorge, anche banalmente, di come il cucito e il ricamo, così come la pittura e la colorazione, fossero discipline studiate e praticate nelle scuole professionali all'inizio del secolo scorso.

*Così la colorazione dei fiori era incoraggiata come passatempo nelle riviste nazionali destinate a un pubblico di lettrici. Al contempo, nelle scuole professionali, assieme a taglio, cucito e ricamo, mansioni che richiedevano attenzioni nell'ordine del millimetro, le donne praticavano il disegno, la pittura o la colorazione di fiori artificiali. (Pierotti, 2011: 112)*

Sistematizzato in questo articolo del 2011, quindi, il lavoro femminile della colorazione a mano dei film muti risulta utile non solo per la comprensione dell'importanza delle mansioni tecniche femminili nel cinema italiano dei primordi, ma anche e soprattutto per il

<sup>2</sup> Tradotto dalla versione spagnola. Traduzione dell'autrice.

recupero di un passaggio fondamentale nella storia del cinema mondiale: quello che segna la fine dell'uso della semplice manodopera a favore della specializzazione tecnologica.

Questo passaggio risulta altresì fondamentale per un altro passaggio importante: quello della presenza femminile che, con l'entrata in vigore di svariate nuove tecnologie, va via via scemando proprio in quei settori dove era predominante. Quando la colorazione a mano della pellicola venne soppiantata da viraggi e tinture chimiche industrializzandone il processo, la manodopera femminile passerà alle sale montaggio. Ma anche lì, come accennato in precedenza, vi rimarrà solo fino alla sonorizzazione dei film, quando al taglio e cucito della pellicola, minuzioso sì ma altamente depersonalizzante, si aggiungeranno le nuove tecnologie elettriche della sonorizzazione (Pfeiffer, 2018).

*Questo tipo di lavoro, [il montaggio] visto simile alle faccende domestiche come cucire, tessere e altre attività femminili, era spesso di dominio delle donne nelle industrie cinematografiche di tutto il mondo<sup>3</sup>. (Molcard, 2020)*

In questo passaggio fondamentale da “manufatto” ad “artefatto”, la figura della montatrice, così come era stata intesa fino ad allora, cambia non solo in termini di lavoro ma anche nel suo vocabolario: in lingua inglese la “cutter” (tagliatrice) si trasforma in “editor” (montatore) attuando un passaggio fondamentale nella percezione concettuale della professione, da tecnica e manuale ad artistica e tecnologica (Hatch, 2013).

Si tratta quindi di un breve ma intenso periodo in cui la presenza femminile, anche se nella sua vertente tecnica, si inseriva completamente nel risultato estetico finale dell'arte cinematografica, dando ai film una lavorazione lenta e minuziosa e allo stesso tempo sistematica e controllata.

Lo spazio di lavoro nelle sale di montaggio e colorazione delle case di produzione cinematografiche era interamente ispirato agli atelier di taglio, cucito e ricamo delle case di moda. In entrambi i luoghi, esattamente con gli stessi attrezzi, era su grandi tavoli che le “cutter” di entrambi gli ambiti creavano varie versioni dello stesso bozzetto, nel caso della moda, e varie versioni della stessa immagine, nel caso del cinema. Ancora una volta in ambedue, moda e cinema, erano le donne ad essere chiamate allo sviluppo materiale del progetto. E lo facevano concretamente e pazientemente.

*A pensarci bene, il cucito è una sorta di montaggio e alcune delle prime macchine da presa erano costruite con parti prese in prestito dalle macchine da cucire. E anche questa (parlando di una macchina da cucire vista di lato) somiglia un po' a una macchina da presa<sup>4</sup>. (Murch, 2001: 75-76)*

<sup>3</sup> Tradotto dall'originale in inglese. Traduzione dell'autrice.

<sup>4</sup> Tradotto dalla versione spagnola. Traduzione dell'autrice

Le sarte avevano dimestichezza con la pellicola così come ne avevano con il tessuto. Allo stesso modo, decoratrici e ricamatrici avevano facilità nella colorazione dei frame così come, agilmente, intrecciavano fili di seta e cotone o coloravano minuscoli fiorellini (Burt, 2008). Questi stessi nastri, inseriti nella macchina da presa prima e poi nel proiettore, imitano il movimento del filo che passa nelle bobine della macchina da cucire. Il termine bobina, del resto, è usato invariabilmente in alcune lingue latine, sia per delineare il filo del tessuto, sia per il nastro della pellicola cinematografica.

Prezioso è il ricamo a mano, come se di nuovo il valore potesse misurarsi con il lavoro, ma il lavoro eccezionale, irripetibile, fatto di tempo paziente e dimenticato, improduttivo. (Calefato, 1986: 102)

Visualmente, ci troviamo di fronte a un imperativo categorico che fa ripensare i legami tra moda e cinema attraverso la materialità. Continuiamo invece una riflessione che si snoda tutta dietro la macchina da presa, dietro le quinte dello spettacolo cinematografico.

*Poiché va oltre il mero uso dei costumi, essa, [la moda] non riguarda solo le identità nazionali, personali, sociali o sessuali; non può essere interpretata solo come una questione di identità e identificazione o in funzione del voyeurismo, dell'esibizionismo e del feticismo – temi che sono stati tradizionalmente al centro della teoria della moda. (Bruno, 2016: 51)*

### **Donne e tecnica: il testo tessuto.**

Come si è visto finora, una riflessione sulla materialità in comune tra moda e cinema può portare ad un percorso teorico che prende inizio dalla propria terminologia. Se la figura della “cutter” nel cinema viene direttamente dalla tradizione manifatturiera degli atelier di moda, si può compiere un ulteriore passo verso l'unione dei due ambienti attraverso il materiale che viene da loro lavorato: il testo tessuto.

Prendere in considerazione il tessuto come se fosse un testo rimanda direttamente alla storia impressa sulla pellicola che, attraverso i vari tagli, le cuciture e gli incollaggi, ricostruisce il significato delle immagini e dona loro il movimento.

Seguendo il filo logico di Patrizia Calefato, «l'indumento è un testo di cui la moda rappresenta una scrittura possibile» (1986: 97). Ed è attraverso il taglio che le si dà la forma, e attraverso la cucitura che si dona il movimento alla semplice stoffa.

Ricontestualizzando il pensiero di Calefato, possiamo affermare quindi che il film è un testo di cui il cinema rappresenta una scrittura possibile. Ed è attraverso il taglio (il montaggio) che se ne costruisce lo stile, e attraverso l'unione dei frame (ancora il montaggio) che si crea il movimento delle immagini che verranno proiettate.

*Come ogni testo, esso è dotato di una materialità dal duplice aspetto: da un lato si tratta di uno spessore interno, di una compattezza propria del testo-indumento, o del testo-moda. Dall'altro lato, la materialità si orienta all'intertestualità, cioè al rapporto tra indumenti, tra indumento e corpo, e tra corpi, entro cui e di cui il testo vive. (Calefato, 1986: 97)*

La materialità, quindi, si orienta all'intertestualità. In questo senso, il rapporto scandito dal tragitto che va dall'atelier di moda alle sale di montaggio e coloritura espande la riflessione attraverso un esempio diretto della storia del cinema d'avanguardia.

Del cinema sovietico del principio del secolo passato, conosciamo la tendenza a cercare nel montaggio il suo significato rivoluzionario (Grilo, 2007). Sappiamo che in "L'uomo con la macchina da presa" (1929), Dziga Vertov si questionò in vari modi riguardo a come sovvertire le regole del cinema muto suo contemporaneo, a partire dal non utilizzo intenzionale delle didascalie o di una narrativa lineare.

Tra le altre scelte stilistiche innovative, Dviga Vertov mostra anche una panoramica selettiva della relazione tra *cut in fashion* e *cut in film*. Dal nostro punto di vista, già nei titoli di testa, leggendo la nota di intenzione e i nomi con le funzioni tecniche della *troupe*, si chiarisce cosa sia il cinema per Vertov e cosa debba rappresentare per tutta la storia dell'umanità.

Attention viewers. This film is an experiment in cinematic communication of real events. Without the help of intertitles. Without the help of a story. Without the help of theatre. This experimental work aims at creating a truly international language of cinema based on its absolute separation from the language of theatre and literature.

Author-supervisor experimenter Dziga Vertov.  
Chief Operator Mikhail Kaufman.  
Assistant editor E. Svilova.

La separazione tra cinema, letteratura e teatro voluta da Vertov, lo porta spontaneamente a riflettere su una diversa materialità del linguaggio, proponendo un incrocio inedito tra il montaggio e il settore sartoriale.

*Per Vertov il cinema di finzione è una specie di oppio elettrico che sottopone lo spettatore a uno stato di ebbrezza, stupore e suggestione. Il cinema materialista, il cinema che prende spunto dai fatti, al contrario, cerca di risvegliare le coscienze del proletariato e allo stesso tempo, mette in discussione le antichità alienanti dei film romanzati e drammatizzati<sup>5</sup>. (Bouhaben et al. 2011: 18)*

<sup>5</sup> Tradotto dalla versione spagnola. Traduzione dell'autrice

Elizaveta Svilova, sua moglie, appare nei titoli di testa come *assistant editor*. In seguito, durante il film, lo spettatore riuscirà ad accompagnare tutta la sua giornata lavorativa, divisa tra una macchina da cucire e una sala di montaggio.

*Ha iniziato a lavorare nell'industria cinematografica all'età di dodici anni, facendo l'apprendista in un laboratorio cinematografico dove puliva, ordinava e selezionava pellicole e negativi<sup>6</sup>. (Kaganovsky 2018).*

Elizaveta Svilova si presenta allo spettatore addormentata. Poi, da sveglia, si lava, si pettina, si veste e inizia la sua giornata di lavoro. Vediamo queste azioni quotidiane in dettaglio, come un puzzle frenetico in costruzione: una mano con un anello, un braccio, una coperta, una fronte con dei capelli, gambe che vestono dei collant, mani che abbottonano un reggiseno. In un montaggio alternato e velocizzato, Elizaveta si lava il viso nello stesso momento in cui si lavano le strade. Inoltre, tutte le azioni frammentate della giornata della donna sono intervallate dalle riprese di un operatore che filma per le strade con la sua macchina da presa.

Il montaggio alternato tra la giornata di Svilova e quello dell'uomo con la macchina da presa è sempre intervallato da altre tipologie di giornate: segretarie, centraliniste, estetiste, parrucchiere.

Se l'uomo va in giro con la macchina da presa, la donna sta in casa con la sua macchina da cucire, o, nel caso specifico di Elizaveta Svilova con la sua pellicola. È questo il primo collegamento, visivo e diretto, tra l'idea del cinema come un concetto da materializzare in immagini (operatore per strada) e l'idea del cinema come manufatto frutto del lavoro materiale e manuale (donna operaia in casa).

*Tessitura come attività "femminile", non finalizzata alla realizzazione dell'opera, ma tutta orbitante attorno a se stessa, mai conclusa e sempre potenzialmente aperta alla rovina della smagliatura. (Calefato, 1986: 98)*

La donna che abbiamo accompagnato nelle sue attività mattutine è seduta davanti alla macchina da cucire con una inquadratura che la incornicia tra due *Singer* in un mezzo busto al cui centro, le mani sono all'opera con un tessuto da imbastire (00:14:34).

Ma le sequenze che alternano Svilova tra l'arte sartoriale e l'arte del montaggio sono costanti durante tutto il film. Mostrano i gesti, le tecniche e i movimenti che accomunano le due pratiche. Tagliare, imbastire e cucire una stoffa; tagliare, incollare e numerare una pellicola. Gesti che possiedono stessa radice, stesse funzioni e privilegiano la stessa abilità.

La rappresentazione del mestiere di *cutter* nel cinema e di *cutter* nella moda si materializza quindi attraverso l'esempio di Elizaveta Svilova. Si nota, inoltre, come Svilova appaia nei titoli di testa del film semplicemente come assistente al montaggio, risultando invece un pezzo fondamentale nella materializzazione delle idee di quel tipo di cinema sovietico.

<sup>6</sup> Tradotto dall'originale in inglese. Traduzione dell'autrice

*Svilova riappare davanti alla macchina da presa nel capolavoro cinematografico muto del gruppo del 1929 "Man with a Movie Camera", seduta di nuovo al suo tavolo di montaggio, unendo le immagini insieme immediatamente dopo le immagini stesse. In questa sequenza riflessiva ormai celebratissima, mostra l'atto del montaggio e mette in mostra il proprio contributo a quel cinema<sup>7</sup>. (Molcard, 2020)*

Questo esempio riporta, ancora una volta, al collegamento testo-tessuto che Patrizia Calefato (1986) aveva applicato alla moda, rinvigorendolo e riavvolgendolo fino a formarne un solo elemento con il cinema.

Il primo aspetto della materialità si gioca forse soprattutto su scivolamenti del significante: testo è fondamentalmente ed etimologicamente tessuto, e ogni tessuto si compone di un intreccio di fili che s'incrociano e si sovrappongono, dando vita a una stoffa che mostra costantemente un lavoro interno, che racconta più o meno esplicitamente come è venuta alla luce. (Calefato, 1986: 97)

Alla luce del *materiality turn*, la storia del cinema si intreccia con quella della moda attraverso l'operosità delle mani femminili che dal taglio e cucito sono passate al montaggio, dal ricamo alla coloritura, in sale comuni con gli stessi attrezzi da lavoro e la laboriosità che vanno dal tessuto alla pellicola, dalla macchina da cucire, alla moviola, al proiettore.

La storia del cinema attraverso le materialità della moda non percorre un cammino che vede le donne davanti alla macchina da presa in posa, ben vestite, truccate e pettinate. La storia di questa materialità del cinema non vede le donne neanche dietro la macchina da presa come registe.

Questa nuova storia "from below the line" viene da una «materialità che sembra qui ridursi ad un velo, a un discorso di superficie, piuttosto che esprimere una sostanza corposa e opaca» (Calefato, 1986, 97). Giuliana Bruno (2014) infatti afferma come anche «la superficie è importante».

### **Tra pellicola e tessuti: l'Estetica dei materiali e la Sartorial philosophy**

La relazione manuale e materiale che lega la moda con il cinema attraverso il taglio e cucito del tessuto pellicola, presenta anche un risultato visivo di questa materialità.

Passando dal concetto di "manufatto" a quello di "artefatto", in questo paragrafo la materialità del cinema è analizzata come una miscela di componenti che, nel momento della loro relazione reciproca, creano l'arte all'interno dell'inquadratura.

<sup>7</sup> Tradotto dall'originale in inglese. Traduzione dell'autrice

*Affermando che la materialità non dipende dai materiali ma, fondamentalmente, dall'attivarsi di relazioni materiali, il mio obiettivo è comunicare un senso di trasformazione di tali relazioni. (Bruno, 2016: 16)*

Se l'importanza della superficie sta nella sua profondità, nel momento in cui più materialità sono presentate insieme attraverso la superficie che le ha unite, il loro significato non svanisce con la perdita della fisicità, bensì si trasforma in qualcos'altro.

Sullo schermo tela, tutte le immagini formate da luoghi e da corpi in movimento assumono un significato diverso da quello iniziale. Il cinema le unisce in un'unica striscia, le taglia e le incolla secondo un criterio.

In questo senso, il cinema è fabbricato dalle persone. Le sensazioni mostrate vengono direttamente da un'idea del regista. Tuttavia poi, hanno bisogno di mediatori che concretizzino il passaggio fondamentale dalla scrittura (sceneggiatura) all'impressione su pellicola (girato).

Cosa si filma se non elementi materiali? Cosa si mette in relazione se non questi elementi materiali tra di loro?

È a partire da questo gesto che il lavoro delle montatrici nel cinema del secolo scorso può essere affiancato a quello delle costumiste e delle production designers odierne. Più l'idea iniziale viene lavorata insieme a persone che ne hanno seguito fin dall'inizio il progetto e la sua materializzazione, (amici, mogli, fratelli, sorelle...) più il film acquisterà il valore di "artefatto".

Lontano dai parametri del cinema commerciale e dagli schemi settoriali a cui ci siamo lasciati educare con il cinema hollywoodiano, analizziamo un cinema considerato "di nicchia", confezionato con pochi mezzi di produzione, fatto da *troupe* essenziali.

Le "maestranze" a disposizione del regista autore, riescono a materializzare la sua idea in forme concrete.

Giuliana Bruno, nel dimostrare la profondità "sartoriale" dei film del regista cinese Won Kar Way, ad esempio, ci ricorda che una lettura dei costumi, delle architetture e degli ambienti cinematografici acquista un senso più "aptico" (2016) nel momento in cui invertiamo i parametri di importanza, mettendoli in relazione con il montaggio. Bruno afferma che la profondità narrativa dell'oggetto visuale arriva a toccare la sua vetta quando la costruzione sartoriale del film viene fatta, per esempio, dalla stessa persona.

*Per «In the mood for Love» (2004), per «2046» e per «The hand» (2005) ha avuto al suo fianco William Chang Suk-ping, che in tutti e tre i casi ha assunto il triplice ruolo di costumista, production designer e montatore, ed è stato essenziale per la tessitura della trama visiva del film. (...) Campi di visione, forme d'arte e professioni di solito considerati distinti, e tenuti separati, sia nella produzione cinematografica sia nell'esegesi critica, sono qui messi in dialogo estetico. (Bruno, 2016: 48)*

Denominata Sartorial philosophy (Bruno, 2014), la tessitura della trama visiva del film acquista così una rilevanza del tutto innovativa, se messa in relazione con gli elementi dell'inquadratura e i tagli del montaggio.

Questa tessitura visiva altri non è che quello che, a partire dagli Anni '90 del secolo scorso Antonio Reis e sua moglie Margarida Cordeiro chiamavano il “raccord cromatico” (Moutinho & Graça Lobo, 1997: 73) a partire dall'estetica dei materiali (Cucinotta in Penafria et al., 2018: 157).

I due registi portoghesi, capostipiti di una scuola di pensiero che assenta sul rigore del cinema e sul suo gesto di *complessificazione della realtà* (Moutinho & Graça Lobo, 1997: 15), sono noti per aver diretto una delle Trilogie più stimate del cinema lusitano, “Trilogia de Trás-os-Montes”<sup>8</sup>. Reis e Cordeiro, in dupla, hanno girato i loro film con pochi mezzi di produzione, sullo stile del già citato Won-Kar-Wai.

Nel primo film compaiono, nell'ordine, prima Reis e poi Cordeiro nei titoli di testa come *realização, som e montagem*<sup>9</sup>, nel secondo come *ideia original, decor e montagem*<sup>10</sup> e nel terzo ed ultimo, con i nomi invertiti, Cordeiro e Reis, come *argumento, cenografia, decoração, figurinos e montagem*<sup>11</sup> (Cucinotta, 2018).

A prima vista si nota come il montaggio sia presente in tutti i tre i film quasi a voler rappresentare un punto finale, di raccordo tra tutti i settori che, dal primo all'ultimo film, vanno sommando mansioni pratiche, le quali si ricongiungono ai concetti teorici che i due cineasti assemblavano.

Margarida Cordeiro raccontò di come il loro cinema fosse lontano da una semplificazione della realtà:

*Il grande errore del cinema è semplificare la realtà. C'è una pulitura nel campo visivo che deve essere decisa. Una riorganizzazione del reale, rigorosa. La realtà da noi filmata non è semplificata, è «complessificata», tanto che il film non possiede una sola realtà, ne possiede tante. (Cordeiro in Moutinho e Graça Lobo, 1997: 15)*

Il collegamento con il cinema di Dziga Vertov risulta chiaro e netto nel voluto allontanamento dal teatro e dalla letteratura, del cineasta russo, e da quello voluto dai due portoghesi rispetto a una messa in scena semplificata. Tutte le realtà che il film vuole dispiegare, posseggono la loro radice nella relazione tra gli elementi materiali e il loro assemblamento filmico, tra costumi, scenografie e montaggio. Per un'Estetica dei materiali, così come António Reis e Margarida Cordeiro l'avevano pensata, non basta analizzare il legame tra moda e cinema, tra montaggio e arte sartoriale del cucito attraverso l'analisi degli elementi filmati, come vestiti, oggetti e ambienti.

Il *raccord cromatico*, un incrocio perfetto tra la manualità del montaggio e la visibilità dei costumi, ad esempio, ci arriva come un flash di colore che fa da intermezzo a due

<sup>8</sup> La “Trilogia de Trás-os-Montes” comprende: *Trás-os-Montes*, 1976; *Ana*, 1984; *Rosa de Areia*, 1989

<sup>9</sup> Regia, suono e montaggio

<sup>10</sup> Idea originale, scene e montaggio

<sup>11</sup> Sceneggiatura, scenografia, decorazioni, costumi, montaggio

situazioni filmate in differenti ambienti. Il passaggio da una sequenza ad un'altra, infatti, nei loro film, veniva sempre accompagnato da una sfumatura di colore nei costumi (il berretto rosso in *Trás-os-Montes*) o da un movimento ondulatorio naturale (il grano al vento in *Rosa de Areia*) che, tagliato nel frame anteriore, veniva ripreso, attraverso la cucitura del montaggio, al frame successivo (Cucinotta, 2018: 181).

*Reis era molto "autore", e un autore è una persona forte; ma, nonostante tutto, diceva, o almeno lasciava intendere, che quel momento, quello del raccord, è l'unico in cui puoi diluirti, come essere umano, con la materia.* (Costa P. in Moutinho e Graça Lobo, 1997: 66)

Quando affermiamo che la pazienza, la perseveranza, la riflessione, sono tutte caratteristiche indispensabili per lavorare dietro alla macchina da presa, dovremmo iniziare a pensare che il risultato finale, visuale e materiale del film, è una derivazione diretta di queste relazioni caratteriali dell'operare nel cinema.

La *Sartorial Philosophy* (Bruno, 2016) riprende in effetti molto del *raccord* cromatico e dell'Estetica dei materiali pensata in riferimento al cinema portoghese, povero nei suoi mezzi ma denso e intenso nei suoi contenuti.

## Conclusioni

Giuliana Bruno trasmette una nuova missione attraverso le sue «materialità di superficie» (2016: 51), pellicola, tessuto e tela. A partire dalla loro essenza materiale, il cinema e la moda non sono ancora stati approfonditi abbastanza. Questa essenza, materiale ed estetica insieme, ci offre nuove relazioni da analizzare.

*Per misurarsi con la relazione tra vestiti e produzione di spazio (mentale), per capire il rapporto tra la vestizione dello spazio e la stratificazione del tempo, dobbiamo affrontare la creazione di tessuti visivi attraverso l'apparenza della superficie.* (Bruno, 2016: 51)

Nel percorso storico delle maestranze del cinema, estrapolandone alcune abilità che originalmente si radicavano nel lavoro manuale, ci si rende conto di come il cinema e la moda abbiano in comune la tecnica usata dietro la macchina da presa. Nei casi di montatrici, coloritrici e ricamatrici esaminati nel primo paragrafo, il montaggio e la coloritura non si esaurivano in un semplice sapere, perché richiedevano un saper fare, che, all'epoca del cinema muto inteso come "manufatto", veniva direttamente dall'universo femminile, dalla moda nello specifico gesto del ricamo e del taglio e cucito. Se la moda è un'interpretazione dell'arte sartoriale, il cinema, inteso come superficie estetica che mette in relazione più materialità, ne attinge in profondità il concetto.

Bruno difatti punta l'attenzione su una figura professionale che per costruire la visualità del film, svolge, cento anni dopo, fino a tre ruoli differenti tra costumi, scenografie e montaggio. Si tratta in effetti di un'analisi della costruzione visuale del film, non solo attraverso la tessitura della sua trama ma anche su come questa tessitura sia il risultato di varie tecniche che si relazionano tra di loro.

Bisogna comprendere fino in fondo l'importanza del *raccord* cromatico come relazione tra i materiali presenti davanti alla macchina da presa ma, anche e soprattutto della relazione tra i "saperi del fare" dietro la macchina da presa, prima (costumi) e dopo (montaggio) la produzione.

Anche la rilettura in chiave materiale riguardo al lavoro di montatrice di Elizaveta Svilova pone un punto iniziale di netta diversità tra "l'uomo con la macchina da presa" che sta fuori, che osserva la frenesia della vita esteriore e "la donna con la macchina da cucire", paziente, operosa, dentro casa. In questo luogo chiuso, ma anche in altri (uffici, saloni di bellezza, cabine di montaggio) la figura femminile si concentra in un lavoro solitario, mettendo la sua praticità a disposizione di un "manufatto" non suo.

Nel passaggio storico che stiamo vivendo appieno, tra il fare manuale e il fare digitale, l'intento di questo saggio rimane quello di riposizionare l'analisi della moda nel cinema come una traiettoria che viene dal basso.

Gli esempi qui riportati segnano una relazione fortissima tra le due professioni del montaggio e dei costumi: entrambe creano, in modo diverso ma profondamente relazionale, la tessitura della trama visiva.

*Nello scarto tra trama e filo, tra pluralità di voci e ansia di ricomporre un decorso ordinato, si genera il romanzo del tessuto, e si fa strada un valore univoco ed esclusivo della stoffa, di alcune stoffe in particolare, che sembrano condensare in sé mille segreti, e che insieme si aprono al contatto con altri tessuti e col corpo.*  
(Calefato, 1986: 97)

Rileggere il cinema attraverso le sue superfici è anche quindi, generare il romanzo del tessuto (Calefato, 1986) attraverso le mani che lo hanno pensato.

## Referências

BIZIO, Silvia; LAFFRANCHI Claudia. **Gli italiani di Hollywood: il cinema italiano agli Academy Awards**. Roma: Gremese editore, 2002.

BOUHABEN, M. A., et al. **Dziga Vertov**. Memorias de un cineasta bolchevique. Madrid: Capitan Swing libros, 2011.

BRANCO, Sergio Dias. **O trabalho das imagens**. Lisboa: Documenta, 2020.

BRUNO, Giuliana. **Atlante delle emozioni**. In viaggio tra arte, architettura e cinema. Milano: Johan & Levi editore, 2015.

BRUNO, Giuliana. **Superfici**. A proposito di estetica, materialità e media. Milano: Johan & Levi editore, 2016.

BURT, Richard. **Medieval and early modern film and media**. Basingstoke e New York: Palgrave Macmillan, 2008.

CALEFATO, Patrizia. **Il corpo rivestito**. Bari: Edizioni del Sud, 1986.

CORDERO-HOYO, Elena; SOTO-VAZQUEZ, Begoña. (eds.) **Women in iberian filmic culture: a feminist approach to the cinemas of Portugal and Spain**. Bristol: Intellect, 2020.

CUCINOTTA, Caterina. **Viagem ao cinema através do seu vestuário: percursos de análises em filmes portugueses de etnoficção**. Covilhã: LabCom, 2018.

DALLASTA, Monica; DUCKETT, Victoria; TRALLI, Lucia. (eds.) **Researching women in silent cinema: new findings and perspectives**. Bologna: Alma Mater Studiorum - Università di Bologna, 2013.

GRILO, João Mário. **As lições do cinema**. manual de filmologia. Lisboa: Edições Colibri, 2010.

HATCH, Kristen. **Cutting Women: Margaret Booth and Hollywood's Pioneering Female Film Editors**. In.: GAINES, Jane. VATSAL, Radha; DALLASTA, Monica. (eds.) **Women Film Pioneers Project**. New York: Columbia University Libraries, 2013.

HERZOGENRATH, Bernd. **Media/Matter: The Materiality of Media, Matter as Medium**. Londra: Bloomsbury, 2015.

KAGANOVSKY, Lilya. Film editing as women's work: Èsfir' Shub, Elizaveta Svilova, and the culture of soviet montage. In.: HEFTBERGER, Adelheid; PEARLMAN, Karen. (eds.) **Apparatus. Film, Media and Digital Cultures in Central and Eastern Europe**, special issue Women at the editing table: Revising Soviet Film History of the 1920s and 1930s, Berlin, no. 6, 2018.

MOLCARD, Eva. **Elizaveta Svilova**. In.: GAINES, Jane. VATSAL, Radha; DALL'ASTA, Monica. (eds.) **Women film pioneers project**. New York: Columbia University Libraries, 2020.

MOUTINHO, Anabela; LOBO, Maria da Graça. (eds.) **António Reis e Margarida Cordeiro**. A poesia da terra, Cineclube de Faro, 1997.

MORMORIO, Diego. **Un'altra lontananza**. Palermo: Sellerio editore, 1997.

MURCH, Walter. **En el momento del papardeo**. Un punto de vista sobre el montaje cinematográfico. Madrid: Ocho y medio, 2001.

ONDAATJE, Michael. **El arte del montaje**. Una conversación entre Walter Murch y Michael Ondaatje. Madrid: Plot ediciones, 2004.

PENAFRIA, Manuela *et al.* **Propostas para a teoria do cinema**. Teorias dos cineastas. Vol. 2. Covilhã: LabCom, 2016.

PFEIFFER, Claire. **Lady film cutters: the pioneers of film editing**. Richmond: Virginia Commonwealth University, 2018.

PIEROTTI, Federico. Colorare le figure. Il lavoro femminile sulla pellicola. In.: **Bianco e nero**, Roma, no. 570, maggio-agosto 2011, pag. 111-118.

SIMMEL, Georges. **La moda**, Milano: Oscar Mondadori, 1996.



## **Desvestindo a fatalidade: a evolução da imagem da *femme fatale* no cinema por meio do figurino**

*Desvistiendo la fatalidad. La evolución de la imagen de la femme fatale en el cine a través del vestuario*

*Undressing fatality. The evolution of the image of the femme fatale in the cinema through costume*

Mercedes Rodrigues Sanchez<sup>1</sup>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9947-3865>

[**resumo**] Este artigo apresenta um estudo sobre a construção do arquétipo da *femme fatale* cinematográfica através do design do vestuário, desde a aparição da personagem da *vamp* no cinema mudo, até as *femmes fatales* do thriller erótico dos finais de 80 e 90, passando pelas mulheres que protagonizaram o *film noir* clássico da década de 40. A autora realiza uma seleção de filmes levando em consideração não apenas a qualidade do filme, mas fundamentalmente baseada na importância do design do figurino para a construção de personagens icônicas e a repercussão que determinados fatos tiveram, quer nas tendências da indústria da moda, quer na construção do arquétipo da mulher fatal no imaginário coletivo.

[**palavras-chave**] **Cinema. Moda. Design de vestuário. Femme fatale. Género.**

[**resumen**] Este artículo presenta un estudio sobre la construcción del arquetipo de la mujer fatal cinematográfica a través del diseño de vestuario, desde la aparición del personaje de la *vamp* en el cine mudo, hasta las *femmes fatales* del *thriller* erótico de finales de los 80 y 90, pasando por las mujeres que protagonizaron el cine negro clásico de la década de los 40. La autora realiza una selección de películas no sólo en base a la calidad del filme, sino fundamentalmente basada en la importancia del diseño de vestuario para la construcción de personajes icónicos y la repercusión que determinados vestidos tuvieron, tanto en las tendencias de la industria de la moda, como en la construcción del arquetipo de la mujer fatal en el imaginario colectivo.

[**palabras clave**] **Cine. Moda. Diseño de vestuario. Femme fatale. Género.**

[**abstract**] This paper presents a study on the construction of *femme fatale* archetype in cinema through costume design, from the appearance of the *vamp* character in the silent film era, to the *femmes fatal* in the erotic thriller of the late 80s and 90s, throughout the women who starred in the classic *film noir* of the 40s. The author makes a selection of films not only based on the quality of the movie, but fundamentally on the importance of costume design for the construction of iconic characters and the repercussion that certain dresses had both on the tendencies of commercial fashion, as well as on the construction of the *femme fatale* archetype in the collective imaginary.

[**keywords**] **Film. Fashion. Costume design. Femme fatale. Genre.**

Recebido: 09-12-2021

Aprovado: 08-02-2022

<sup>1</sup> Doutora em Ciência da Informação pela Universidad Complutense de Madrid (UCM). Professora do Centro Superior de Diseño de Moda (CSDMM) da Universidad Politécnica de Madrid (UPM). E-mail: mercedes.rodriguez@upm.es

“El vestuario de cine rompió estereotipos sociales y de género”

Jean Paul Gaultier

## Introducción

Desde Lilith y Pandora, el arquetipo de la *femme fatale* ha estado presente en el imaginario colectivo occidental desde hace 3.000 años, primero a través de leyendas y relatos mitológicos y después por medio de la literatura y las artes plásticas. Siempre, el hombre ha ejercido el poder de crear arquetipos de feminidad a imagen y semejanza de sus deseos más íntimos y de sus temores más secretos, perpetuando roles femeninos enfrentados en una suerte de dualidad prototípica de la cultura occidental: frente a los modelos a imitar (virgen, madre, esposa), las figuras a condenar (prostituta, bruja, mujer fatal). Circe, Medea, Dalila, Salomé, Cleopatra, Carmen... la “sirena” de belleza irresistible que causa la perdición del hombre ha sido una presencia constante en las historias, literaturas y artes de diferentes culturas. La mujer fatal adquirió una vigencia renovada en el siglo XIX y, desde entonces, es un mito que ha servido de inspiración para escritores desde Théophile Gautier y Baudelaire a Nabokov, pasando por Émile Zola, Flaubert, Oscar Wilde, Stefan Zweig, y también artistas como Dante Gabriel Rossetti, Franz von Stuck, Munch o Klimt, entre otros. Su emergencia como figura central vino marcada por la confluencia de la modernidad, la urbanización, el psicoanálisis freudiano y las nuevas tecnologías (fotografía, cine) nacidas de la Revolución Industrial (DOANE, 1991); y en paralelo con los movimientos de liberación de la mujer, las primeras campañas de control de la natalidad y el impacto que el avance social de la Nueva Mujer tuvo en la población masculina de la época (BORNAY, 1995). “Lejos de ser un personaje frívolo, la *femme fatale* encarnaba las metamorfosis de la mujer moderna y el poder destructivo de la moda para obliterar las distinciones entre distintos tipos de mujeres.” (STEELE, 2018, p. 174).

Con la llegada del cine, la *femme fatale* encontró un nuevo medio para proyectar su fascinación, aunque no comenzaría en Hollywood, donde la moralidad puritana impuso el arquetipo contrario de la ingenua, encarnada por actrices como Lilian Gish o Mary Pickford. Los primeros personajes de mujeres devora-hombres surgieron en Europa: en 1910, el cine danés introdujo la figura de la vampiresa cuya “seducción es perversa y su frialdad encandila y esclaviza al espectador” (DÍAZ MATEOS, DÍAZ MATEOS y MOJARRO ZAMBRANO, 1998, p. 146); al tiempo que el cine italiano presentaba la diva latina, heredera del mito mediterráneo de la gran prostituta, adornada con perlas y plumas, cual odalisca dominadora y lasciva. Impulsada por el éxito del escandaloso cine nórdico, la mujer fatal viajó a Hollywood, donde encontró su medio natural para desarrollarse y triunfar, gracias especialmente al fenómeno del culto al *star system* que, a base de primeros planos de actrices fabulosamente maquilladas, peinadas y vestidas, favoreció la adoración fetichista de las estrellas.

Desde los primeros años del *star system* (1920-1960), los estudios construyeron identidades para sus estrellas. La *star* era una diosa porque el público la convertía en tal, pero sólo después de que el sistema entrenara, moldeara y fabricara “la mercancía” (MORIN, 1961). La estrella era sometida a procesos de industrialización y mercantilización, por lo que “no es de extrañar que el cine, nacido bajo el sello de tal modernidad como tecnología de representación, ofrezca un hogar hospitalario para la *femme fatale*” (DOANE, 1991, p. 2).<sup>2</sup> El sistema consistía en contratar en exclusiva a jóvenes promesas desconocidas para fabricarles una nueva persona, a base de un nuevo nombre, una biografía novelada y una cuidada imagen que, tras eficaces campañas de promoción, las convertía en ídolos para el público. Louis B. Mayer, cofundador de los estudios Metro-Goldwyn-Mayer, explicaba el proceso:

Una estrella se hace, se crea, se construye cuidadosa y fríamente, de la nada, de nadie. Todo lo que siempre busqué fue una cara. Si alguien me parecía atractivo, le hacía una prueba. Si una persona daba bien en pantalla, si fotografiaba bien, nosotros podíamos hacer el resto... Contratábamos genios del maquillaje, la peluquería, cirujanos para cortar un bulto aquí y allá, [...], diseñadores de ropa, expertos en iluminación, entrenadores para todo — esgrima, baile, caminar, hablar, sentarse y escupir.” (EYMAN, 2012, p. 266).<sup>3</sup>

Muchos de los Padres Fundadores de la industria cinematográfica provenían del sector de la moda: William Fox trabajó en el ramo de la confección, Adolph Zukor fue peletero; Louis B. Mayer, distribuidor de botones; Samuel Goldwyn, fabricante de guantes; Carl Laemmle, camisero... por lo que no debe extrañarnos que todos ellos comprendieran que la ropa con la que se viste y desviste a las estrellas no es un mero adorno, sino un elemento clave tanto del lenguaje fílmico, como de la construcción de las identidades cinematográficas y, a la postre, del negocio. A partir de los años 30, los grandes estudios de Hollywood contrataron a destacados diseñadores y los pusieron al frente de departamentos de vestuario con unos presupuestos millonarios. Nombres como Gilbert Adrian, Travis Banton, Orry-Kelly o Edith Head gozaban de tanta o más popularidad que los *couturiers* de París, como recordaba ésta última: “Entonces un diseñador era tan importante como una estrella. Cuando decías Garbo, pensabas Adrian; cuando decías Dietrich, pensabas Banton. Su magia era parte de la venta de la película” (SCHREIER, 1998, p. 2).<sup>4</sup>

<sup>2</sup> Traducción propia para: “It is not surprising that cinema, born under the seal of such modernity as a technology of representation, offers a hospitable home for the *femme fatale*”.

<sup>3</sup> Traducción propia para: “A star is made, created; carefully and cold-bloodedly built up from nothing, from nobody. All I ever looked for was a face. If someone looked good to me, I’d have him tested. If a person looked good on film, if he photographed well, we could do the rest... We hired geniuses at make-up, hair dressing, surgeons to slice away a bulge here and there, [...] clothes designers, lighting experts, coaches for everything—fencing, dancing, walking, talking, sitting and spitting.”

<sup>4</sup> Traducción propia para: “Then the designer was as important as a star —when you said Garbo, you thought Adrian; when you said Dietrich, you thought Baton. Their magic was part of selling a picture.”

Los estudios tomaron el control total sobre la imagen pública y privada de sus estrellas bajo contrato, hasta el punto de que sus guardarropas personales estaban definidos por el mismo diseñador que las vestía en las películas y que se aseguraba de adaptar un estilo para cada actriz hasta convertirlo en su segunda piel. Así, desde la mañana a la noche, Greta Garbo era la divina enigmática; Marlene Dietrich, la vampiresa ambigua; Jean Harlow, la rubia platino descarada; Rita Hayworth, la inalcanzable diosa del amor. Así, los diseñadores de vestuario contribuyeron a construir modelos icónicos y a alimentar la ilusión dentro y fuera de la gran pantalla, en una suerte de fusión entre el actor y el personaje, de confusión deliberada entre realidad y ficción.

### **Evolución de la imagen de la *femme fatale* en el cine**

*Las fatales silenciosas: de la vamp a la flapper.*

Cuando el celuloide cobró vida comercial en 1894, lo hizo sin voz y así permaneció más de 30 años. Las primeras películas estaban pobladas por personajes, que compensaban la falta de voz con enormes ojos en blanco y manos gesticulantes. Por entonces sólo existían dos tipos de mujer en la pantalla: la ingenua y la vampiresa. A medio camino entre una y otra, más tarde surgió la *flapper*.

La vampiresa fue la primera mujer peligrosa del cine. Una criatura que, en lugar de alimentarse de sangre, lo hacía de hombres. La novela *Drácula* (1897), de Bram Stoker, inspiró al pintor Philip Burne-Jones su cuadro más célebre del mismo año, *The vampire*, que muestra una mujer inclinada al borde de un lecho, observando a un hombre yacente víctima de su mordisco. Rudyard Kipling, primo del pintor, escribió el poema *The Vampire* para el catálogo de la exposición, que a su vez inspiró una obra de teatro, una novela y finalmente, en 1915, la película *Había un necio* (*A Fool There Was*, 1915), protagonizada por Theda Bara. La actriz fue rebautizada a partir del anagrama de *Arab Death* (muerte árabe), se le fabricó una exótica biografía alejada de su Cincinnati natal y popularizó la palabra *vamp*, como prototipo de mujer fascinante que causa la degradación moral de los hombres a los que seduce y arruina la vida, sin remordimiento. La productora Fox ideó para Bara el eslogan “la mujer más perversa del mundo” y protagonizó papeles de Salomé, Safo, Margarita Gautier, Carmen o Madame du Barry. El escándalo llegó con *Cleopatra* (J. Gordon Edwards, 1917), en la que lució un revelador vestuario obra de George James Hopkins y un maquillaje extremo en el que destacaban sus enormes ojos ahumados (figura 1), una de las primeras tendencias que Hollywood exportó a la moda de la calle.

FIGURA 1 - THEDA BARA EN *CLEOPATRA*, 1917



FUENTE: Fox Film Corporation, 1 enero 1917. Archivo Wikimedia Commons.

El personaje de la *vamp* permitió que los diseñadores de vestuario arriesgaran con diseños cada vez más atrevidos, lucidos por actrices como Gloria Swanson, quien encarnó como ninguna el glamour fuera y dentro de la pantalla. En *Macho y hembra* (*Male and female*, Cecil B. DeMille, 1919), el polifacético Paul Iribe se encargó de vestirla sólo a ella entre todo el reparto (figura 2). Las visiones y flashbacks a tiempos antiguos sirvieron como excusa para una extravagante dirección de arte y para el lucimiento de un fabuloso vestuario, inspirado en el estilo oriental del genial Paul Poiret, para quien Iribe había ilustrado sus primeras colecciones.

FIGURA 2 - GLORIA SWANSON EN *MALE AND FEMALE*, 1919



FUENTE: Foto de Karl Struss. MoMA collection, 1 de enero de 1919. Archivo Wikimedia Commons.

La obra maestra del expresionismo alemán *La caja de Pandora* (*Die Büchse der Pandora*, G.W. Pabst, 1929) encumbró a la actriz estadounidense Louise Brooks en el inolvidable papel de Lulú, una joven ambiciosa y sin moral que acaba asesinada a manos de Jack el Des-tripador. Brooks compuso una imagen de la *femme enfant*, un arquetipo erótico de libérrima amoralidad (el *enfant* es el perverso polimorfo de Freud), que posteriormente inspiró el mito de Lolita (GUBERN, 2002). El estilo de Lulú es radicalmente moderno, muy diferente al de las exóticas *vamps*. Compuesto por ligeros vestidos blancos de satén o reveladoras transparencias, las prendas fluyen sobre el cuerpo esbelto y juvenil de Brooks que, pura carnalidad y fresca, mira al espectador desde la pantalla como si ésta no existiera. Como señala Diego Galán, “sólo en esporádicas ocasiones lució un erotismo similar en las películas de Hollywood [...] con un desparpajo que aún en nuestros días continúa siendo inconveniente” (GALÁN, 1985). Si alguna actriz nació para el blanco y negro, ésta fue Louise Brooks. Su presencia tenía una cualidad luminosa y su corte de pelo estilo *garçon* se convirtió en una de las tendencias más imitadas e intemporales.

Tras el final de la Primera Guerra Mundial, durante la que muchas mujeres ocuparon los puestos de trabajo de los hombres combatientes en el frente, se produjo la primera revolución sexual del siglo XX, que provocó un cambio radical tanto en el estilo de vida, como en la imagen mediática de la mujer. Diseñadoras como Coco Chanel supieron interpretar el *zeitgeist* y liberaron el cuerpo femenino; mientras que el cine se encargó de reflejar y difundir las modas del momento. El tiempo de la *vamp* había pasado y fue sustituida por una tribu de jóvenes liberadas, con ganas de divertirse y aspiraciones de independencia y, por ello, “fatales” para los hombres coetáneos. Había nacido la *flapper*, emblema de la era del jazz de los felices años 20.

FIGURA 3 - JOYCE COMPTON (IZDA.) Y CLARA BOW (DCHA.) EN *THE WILD PARTY*, 1929



FUENTE: Paramount Pictures, 1 enero 1929. Archivo Wikimedia Commons.

Olive Thomas protagonizó *The Flapper* (Alan Crosland, 1920), la película que retrató y puso nombre a esta nueva mujer. Pero la actriz que mejor encarnó el arquetipo fue Clara Bow, la más admirada de su generación e inspiradora del personaje de animación Betty Boop. Sus interpretaciones desinhibidas y vitales, acompañadas de constantes noticias de escándalos sexuales, la convirtieron en un ídolo para las jóvenes, que imitaban su forma de maquillarse, peinarse y vestirse con faldas cortas tableadas, vestidos de punto y fulares, con los que Travis Banton transformó a la vulgar chica de Brooklyn (figura 3).

Bow llegó a la cima de su popularidad con la película *Ello* (*It*, Clarence G. Badger y Josef von Sternberg, 1927) y a partir de entonces fue conocida como *la It Girl*, como todavía se llama a las mujeres que tienen ese algo que Dorothy Parker definió así: “It, ese extraño magnetismo que atrae a ambos sexos... Descarada, segura de sí misma, indiferente al efecto que produce. It, demonios. Bow lo tenía” (GÜMIL, 2018).

#### *Cine Pre-Code: las mujeres complicadas.*

El final del cine mudo llegó en torno a 1929, coincidiendo con el Crack de la Bolsa de Nueva York que volvería a reformular la imagen de la mujer en las calles y en la pantalla. Durante la Gran Depresión, millones de personas se quedaron sin trabajo y el cine se convirtió en el guardián de los sueños. Sólo en Estados Unidos, noventa millones de espectadores llenaban las salas de cine cada semana, huyendo de la desesperada realidad de sus vidas. Los estudios de Hollywood, que habían invertido grandes sumas de dinero en pasar del cine mudo al sonoro, comprendieron que el camino hacia la salvación de los ingresos por taquilla pasaba no tanto por relatos para levantar la moral, como por guiones escandalosos, aprovechando que la censura era más difícil de imponer ahora que los actores hablaban.

En el Hollywood *pre-code* (previo al Código Hays, de 1928-1934), las actrices dominaban las taquillas y los personajes femeninos se complicaron: tenían amantes e hijos fuera del matrimonio, exploraban su sexualidad, vestían con ropas de hombre, eran profesionales de éxito y, en general, vivían en la pantalla vidas que las mujeres reales sólo empezaron a experimentar a partir de la década de los 60. Esta combinación de sensualidad, independencia y alegría las hizo tan fascinantes como modernas; y a las películas, más atrevidas y libres que las que se hicieron décadas más tarde.

Greta Garbo interpretó a Diana en *La mujer ligera* (*A woman of affairs*, Clarence Brown, 1928), una joven que, tras haber sufrido un desengaño amoroso, se abandonaba a la “mala vida”. En esta película se inició el binomio colaborativo entre la Divina y Gilbert Adrian, que a partir de entonces fue el responsable de potenciar el aura de misterio, androginia y seducción fatal de la actriz que nunca reía. Para esta cinta, el diseñador la vistió con gabardina, blusa, pantalones y sombrero masculino, un estilo que la actriz hizo suyo fuera de la pantalla. Con el tiempo, la revista *Women’s Wear Daily* publicaría que el concepto de libertad en la moda femenina comenzó con la Garbo.

Adrian fue el diseñador estrella de la MGM de 1928 a 1942 y, desde Hollywood, influyó en la moda femenina de los años 30 y 40 con mayor intensidad que los *couturiers* parisinos. Vistió a Garbo en diecisiete películas y, aunque la actriz detestaba el papel de vampiresa, pocas veces lució tan exótica e irresistible como en *Mata Hari* (George Fitzmaurice, 1931) (figura 4).

FIGURA 4 - GRETA GARBO Y RAMÓN NOVARRO EN *MATA HARI*, 1931



FUENTE: archivo Wikimedia Commons.

La relación Adrian-Garbo finalizó cuando la MGM decidió cambiar la imagen de la actriz en *La mujer de las dos caras* (*Two-faced woman*, George Cukor, 1941). Garbo lucía vulgar, sin rastro del enigma sobre el que había construido el mito y las críticas fueron tan negativas, que la estrella sueca puso fin a su carrera prematuramente y el diseñador decidió abandonar el estudio:

Garbo fue la causa por la que abandoné la MGM. En su última película, querían convertirla en una *sweater girl*, la típica chica americana. Yo dije: ‘Cuando el glamour acaba para Garbo, también acaba para mí. Ella ha creado un ideal. Si destruis esa ilusión, la destruis a ella.’ Cuando Garbo salió del estudio, el glamour se fue con ella, y yo también” (TANABE, 2017).<sup>5</sup>

Marlene Dietrich era una actriz desconocida hasta que apareció como la cantante de cabaret Lola-Lola en *El ángel azul* (*Der Blaue Engel*, Josef von Sternberg, 1930). La cinta alemana trata el proceso de degradación que un respetable profesor sufre a manos de una joven armada con corsé, liguero y sombrero de copa. El estilo de Dietrich todavía estaba por pulir, pero esta película también es la historia del encuentro entre Marlene y Von Sternberg, el director que, cual Pigmalión, la moldeó a su gusto, la hizo perder peso, la enseñó a maquillarse y supo iluminar magistralmente su rostro para marcar los pómulos más famosos del cine. La propia Marlene reconoció más tarde que nació dos veces: en 1901 bajo el cielo berlinés y en 1930 bajo la cámara de von Sternberg. El mito de la devora-hombres quedó fijado de tal forma en el imaginario del espectador que los siguientes personajes no fueron, inevitablemente, sino diferentes versiones de la inolvidable Lola-Lola.

Ya instalada en Hollywood, Dietrich protagonizó *Marruecos* (*Morocco*, Josef von Sternberg, 1930), donde Travis Banton la vistió por primera vez colaborando, en buena medida, en la creación del mito, hasta el punto que la columnista de Hollywood Hedda Hopper afirmó que antes de este encuentro, Marlene parecía una *hausfrau*. La escena del cabaret en la que, pitillo en mano y vestida con esmoquin masculino, canta seductora ante Gary Cooper y acaba besando a una mujer del público, la inmortalizó como encarnación de la pansexualidad y “amante supremo, hombre o mujer” (SARRIS, 1966, p. 29), al tiempo que marcó un hito en la iconografía no ya del cine, sino de la moda del siglo XX (figura 5). En una época en que la ropa se percibía como una manifestación inequívoca del género, el uso de los pantalones masculinos por mujeres se consideraba un reflejo de una personalidad perversa e implicaba un claro desafío a la moral vigente. Las mujeres podían ser arrestadas por “disfrazarse de hombre” en público y el uso que de esta prenda hicieron Dietrich, Garbo o Hepburn sirvió para jugar con una imagen ambigua y andrógina, en un suerte de travestismo cosmético que, gracias al poder de seducción de estas estrellas, ayudó a difuminar las fronteras entre la feminidad y la masculinidad. Tuvieron que pasar tres décadas para que Yves Saint Laurent recuperara definitivamente el esmoquin para el armario de las mujeres reales.

<sup>5</sup> Traducción propia para: “It was because of Garbo that I left MGM. In her last picture they wanted to make her a sweater girl, a real American type. I said, “When the glamor ends for Garbo, it also ends for me. She has created a type. If you destroy that illusion, you destroy her.” When Garbo walked out of the studio, glamor went with her, and so did I.”

FIGURA 5 - MARLENE DIETRICH EN *MOROCCO*, 1930

Fuente: Paramount Pictures, 1930. Archivo Wikimedia Commons.

El personaje de Shanghai Lily en *El expreso de Shanghai* (*Shanghai Express*, Josef von Sternberg, 1932) es una *femme* que resulta sorprendentemente feminista, con una presencia fuerte y dominante (DIXON, 2012). La cinta es un derroche delirante de decorados exóticos y vestidos extravagantes creados por Banton a mayor gloria de la diva alemana, que tan pronto viste traje pantalón, como aparece cubierta con misteriosos velos, exóticas plumas y fastuosas pieles que, bajo la cinematografía expresionista del claroscuro que Von Sternberg, adquieren la categoría de arte en movimiento.

*La femme fatale del cine negro de los 40.*

La Segunda Guerra Mundial tuvo un gran impacto en la moda en términos de leyes de racionamiento que dictaban el tipo y la cantidad de tejido permitidos. El estilo de la década de 1940 fue más austero, con faldas lápiz que llegaban justo debajo de las rodillas y dobladillos de dos pulgadas, que permitían reutilizar la ropa. El gobierno estadounidense buscó y encontró la ayuda de los diseñadores de vestuario para darle un giro positivo a las restricciones de moda, en un momento en que, con las casas de alta costura europeas cerradas, Hollywood marcaba las tendencias en solitario. Además, desde julio de 1934, el Código Hays había impuesto la prohibición de las escenas de pasión excesiva, el adulterio, las perversiones sexuales, el desnudo, las prendas que delataran de forma indecorosa los órganos genitales masculinos y femeninos, las escenas de quitarse la ropa que no fueran indispensables para la trama, así como cualquier exhibición corporal, incluido el ombligo. El Código influyó notablemente en el diseño de vestuario dando paso a la sugerencia, el territorio del fetichismo.

Ninguna mujer ha parecido más desnuda que Gilda cuando se quitó el larguísimo guante que antes cubría tres cuartas partes de su brazo, mientras cantaba *Put the blame on Mame*. Gran parte del glamour de *Gilda* (Charles Vidor, 1946) reside en uno de los mejores vestuarios de cine de todos los tiempos, que ayudó a consolidar la imagen de la mujer fatal. Entre los veintinueve conjuntos que lo componían, destaca el vestido de satén negro sin tirantes que brilla con luz propia en la escena del falso *striptease*. (figura 6).

FIGURA 6 - RITA HAYWORTH EN *GILDA*, 1946.



FUENTE: Foto de Edward Cronenweth, 1 enero 1946. Archivo Wikimedia Commons.

Inspirado en la obra de John Singer Sargent, *Madame X*, Jean Louis concibió un prodigio de ingeniería textil que parecía desafiar la gravedad, como él mismo explicó:

Fue el vestido más famoso que he hecho. Todos se preguntan cómo ese vestido se mantiene mientras ella canta y baila... Bueno, en el interior había un arnés como el que se pone en un caballo. Pusimos *grosgrain* debajo del busto con pinzas y tres tirantes, uno en el centro, dos a los lados. Luego moldeamos plástico sobre una llama de gas y le dimos forma alrededor de la parte superior del vestido. No importaba cómo se moviera ella, el vestido no se caía” (VALLANCE, 1997).<sup>6</sup>

Artificio, ilusión y la magia hipnótica del cine, porque nadie podía imaginar que bajo el satén hubiera algo más que sólo piel. El diseño incluía un drapeado con lazada sobre el estómago, para disimular la reciente maternidad de la actriz, y se remataba con una abertura frontal por la que asomaban las largas piernas de Hayworth. Más de sesenta años después, Angelina Jolie la emuló, vestida por Versace, en la alfombra roja de los Oscar 2012. “Nunca hubo una mujer como Gilda”, rezaban los carteles de la película que situó a Rita Hayworth en el Olimpo del cine, al tiempo que perdía su identidad (fue Gilda a perpetuidad) y el vestido se convertía en uno de los iconos más reconocibles e influyentes de la historia de la moda.

Otra de las prendas destacadas del filme fue el conjunto blanco de dos piezas que, para cumplir con el Código Hays, no dejaba al descubierto el ombligo de Hayworth, lo que se compensó con la abertura en la falda y en la espalda que sólo revelaban la anatomía de Gilda cuando bailaba.

La primera aparición de una *femme fatale* es clave y una de las más inolvidables es la realizada por Phyllis Dietrichson (Barbara Stanwyck) en *Perdición* (*Double Indemnity*, Billy Wilder, 1944). Desde el momento en que se presenta ante el vendedor de seguros y futura víctima Walter Neff (Fred MacMurray), apenas cubierta con una toalla, el público sabe que es una “chica mala”, una mujer que no duda en exhibirse ante un extraño. La siguiente visión que tenemos de Phyllis se limita a sus piernas descendiendo por la escalera. Todas las miradas se clavan en la tobillera que reluce en su tobillo, un adorno poco convencional en la América de los 40 y que es tanto un símbolo de posesión que cosifica a la mujer casada, como una prueba evidente de que no estamos ante una mujer corriente.

Phyllis es un enigma y la multi-oscarizada Edith Head se enfrentó al reto de crear un vestuario para un personaje que estaba interpretando un personaje. Head equilibró la peluca rubia (descaradamente falsa), el maquillaje exagerado y la bisutería vulgar (que da pistas de la obsesión por la riqueza), con prendas clásicas que trataban de ocultar las verdaderas intenciones de la mujer (figura 7). Este contraste está en el corazón de Phyllis: todo en ella

<sup>6</sup> “It was the most famous dress I ever made. Everybody wonders how that dress can stay on her while she sings and dances... Well, inside there was a harness like you put on a horse. We put grosgrain under the bust with darts and three stays, one in the centre, two on the sides. Then we moulded plastic softened over a gas flame and shaped around the top of the dress. No matter how she moved, the dress did not fall down.”

es una actuación y el guardarropa a base de vestidos blancos y florales, inocentes jerséis de punto o trajes de chaqueta profesionales, ayuda a mantener el juego de apariencias y que la víctima no se percate de que debería mantenerse a distancia. Phyllis reserva el look más glamuroso para la escena final: un mono de seda blanco elegante y sobrio, sutilmente masculino en la parte inferior (pantalones), decididamente femenino en la parte superior. El desenlace es trágico y, después de más de cien minutos de disfraces, al final el público queda con la sensación de que no ha conseguido descifrar a Phyllis Dietrichson.

FIGURA 7 - FRED MACMURRAY Y BARBARA STANWYCK EN *DOUBLE INDEMNITY*, 1944



FUENTE: Paramount Pictures. Life magazine, Volume 17, nº 2, 10 julio 1944, p. 55. Archivo Wikimedia Commons.

El color blanco también es el elegido por Cora Smith (Lana Turner) en *El cartero siempre llama dos veces* (*The Postman Always Rings Twice*, Tay Garnett, 1946) para hacer una de las entradas más espectaculares del cine negro: una barra de labios rueda por el suelo, alertando a Frank Chambers (John Garfield) de que hay una diosa vestida de *pin-up* en la puerta. Lo primero que vemos son las piernas, los tobillos y los pies que calzan zapatos *peep-toe*. La cámara regresa al hombre y de vuelta a un primer plano de Turner con turbante, para luego ofrecer un plano completo de ella, que luce una escueta camiseta con escote profundo y pantalones cortos (de cintura alta, por exigencias del Código).

FIGURA 8 - LANA TURNER EN *THE POSTMAN ALWAYS RINGS TWICE*, 1946



FUENTE: Metro-Goldwyn-Mayer, 1 junio 1943. Archivo Wikimedia Commons.

La escena ilustra el concepto de “mirada masculina” introducido por Laura Mulvey (MULVEY, 1975). El recorrido de la cámara presenta a Cora de manera fragmentada con una sucesión de planos parciales de su físico, guiando al espectador a través del punto de vista subjetivo del protagonista masculino, quien finalmente observa alucinado a la mujer de cuerpo entero, encuadrada por el marco de la puerta, como un objeto de exhibición (figura 8). La teorización de Mulvey explica la estructura dicotómica de la narrativa cinematográfica que ubica al hombre en el polo activo de observador/voyeur y a la mujer en la posición pasiva de objeto observado o fetiche. No obstante ser una de las obras clave de la crítica feminista del cine, desde el propio campo se ha subrayado la ausencia de reflexión sobre una “mirada femenina”; o que el enfoque anclado en la dicotomía masculino/femenino ignora la existencia del deseo fuera de la heteronormatividad, excluyendo así la posibilidad de que la imagen de la mujer en el cine produjera deseo en otra mujer (BUTLER, 1991); además de descartar la idea de que la mujer puede no vestirse para el hombre, sino que la moda puede ser un diálogo exclusivo entre la imagen de la mujer y la espectadora (BRUZZI, 1997).

El vestuario creado por Irene para el personaje de Cora es casi exclusivamente en blanco, un color tradicionalmente asociado en la cultura occidental con la virginal pureza y que, por un mecanismo de simbolismo inverso, la hacían parecer menos peligrosa. Los productores de la película eligieron este color porque sabían que un guion tan lleno de sexo y violencia tendría difícil pasar la censura y vestir a la intrigante protagonista de blanco la hacía de algún modo menos sensual, al tiempo que eliminaba parte del estigma de sus actos. *Retorno al pasado (Out of the Past*, Jacques Tourneur, 1947) proporciona otro ejemplo de este recurso cromático. Jane Greer interpreta a la *fatale* vestida de blanco durante la primera mitad de la película y de negro durante la segunda. El contraste entre la claridad y la oscuridad está en las bases estéticas de la fotografía del *noir* clásico, un juego de luces y sombras que, trasladado al vestuario, es indicativo de la duplicidad que impregna el arquetipo de la mujer fatal.

La iconografía simbólica de la *femme* clásica está compuesta por un número limitado de prendas que se alían con la mujer para crear una máscara y, junto al color blanco, está el respetable traje de chaqueta. Lauren Bacall y Humphrey Bogart se conocieron en el rodaje de *Tener y no tener (To Have and Have Not*, Howard Hawks 1944), donde la debutante de diecinueve años encarnaba a Slim, una ladrona y posiblemente prostituta que, a pesar de su juventud, se comportaba como una inteligente al tiempo que vulnerable *femme fatale*, a la que le gustaba llevar el control. “Sabes que no tienes por qué actuar conmigo, Steve”, le dice Bacall a Bogart, “no tienes que decir nada, ni hacer nada. Sólo silba. ¿Sabes silbar, no? Juntas los labios y soplas”. La frase era una invitación abiertamente sexual, matizada por Bacall, que nunca vestía nada demasiado revelador y cuya arma de seducción letal era una mirada que le valió el apodo *The Look*.

Del vestuario del filme, el conjunto que más modas posteriores inspiró fue el traje con estampado Vichy que Bacall luce en su primera y última escenas, creado por Milo Anderson a partir del estilo de Nancy “Slim” Hawks, la mujer del director, quien también prestó su nombre a la protagonista. El conjunto quedó tan vinculado a Bacall que Leah Rhodes, diseñadora del vestuario de *El sueño eterno (The Big Sleep*, Howard Hawks, 1946), replicó el modelo añadiéndole un jersey y una boina negra, que se convirtió en la marca de estilo de la actriz (figura 9).

FIGURA 9 - LAUREN BACALL Y HUMPHREY BOGART EN EL SET DE *THE BIG SLEEP*, 1946



FUENTE: Warner Bros. Studio, 8 diciembre 1946. Archivo Wikimedia Commons.

El traje de chaqueta de Orry-Kelly es también la carta de presentación del personaje de Mary Astor en *El halcón maltés* (*The Maltese Falcon*, John Huston, 1941), que coordina con un pequeño sombrero, una de las escasas piezas de moda que no estaban racionadas. Astor vuelve a vestir con traje en la escena final, aunque esta vez combinado con el accesorio –definitivamente fatal– de una pistola. Diferente es la presentación de Kitty, interpretada por Ava Gardner en *Forajidos* (*The Killers*, Robert Siodmak, 1946), que deslumbra con un seductor vestido de satén negro de Vera West y sandalias de Salvatore Ferragamo, en contraste con su antagonista en la escena, vestida con un recatado traje sastre. El dimorfismo de las dos mujeres, la chica buena y rubia y la mujer mala y morena, es habitual en el *noir* canónico, cuya narrativa se sirve siempre de contrarios fuertemente confrontados. Sin embargo, a medida que avanza la trama, el estilo de Kitty se modera con camisas con mangas enrolladas, suéteres, faldas lápiz y un vestido con el popular escote corazón que, una vez más, forman parte del juego de las apariencias que está en el alma del arquetipo.

Las teóricas revisionistas no consideran a la *femme* clásica como una heroína de la modernidad, sino como un síntoma de los miedos masculinos sobre el feminismo o, según las teorías psicoanalíticas, una proyección de la histeria masculina ante la progresiva emancipación de la mujer. La fatal es objeto de placer masculino, al mismo tiempo que representación de su ansiedad por la castración (DOANE, 1991). En esta línea, para Frank Krutnik, el *noir* fue la respuesta al confuso sentido de la masculinidad de los 40 (KRUTNIK, 1991), por lo que en los filmes de esta década la traición, el adulterio y la ambición no quedaban impunes y la *femme* pagaba con su vida los pecados contra el orden establecido. El patriarcado destruía así a la mujer independiente, que luchaba por conquistar una voz y una subjetividad propias (KAPLAN, 1983), asegurándose que las espectadoras aprendieran la lección del castigo que les esperaba si no desempeñaban el papel doméstico que se esperaba de ellas.

El potencial del cine negro para subvertir los valores y los códigos de género imperantes, favoreció la proliferación de mujeres que destacaban por ser no sólo objeto sino sujeto. A pesar de su objetivación sexual, la *fatale* desarrollaba un papel activo en la trama, tomaba las riendas de su vida y usaba todas sus armas para lograr unos objetivos tradicionalmente asociados con el hombre: autonomía, poder y dinero. Por más que la *femme fatale* fuera finalmente derrotada a nivel de narrativa, su imagen se imponía sobre su destrucción física en tanto que agente dominador de la historia. Aunque pagara un alto precio por sus actos, el carácter transgresor y disidente de un arquetipo enfrentado a la contención de la sexualidad femenina hollywoodiense, también resultaba fascinante para las espectadoras que, a pesar del final moralizante, podían sentir una suerte de identificación con la *femme*, que conectaba con sus más íntimas y reprimidas fantasías. De no haber sido así, las mujeres no hubieran imitado el mechón Lake, la mirada Bacall o el suéter Turner.

La *femme fatale* en el neo-noir de los 80 y 90.

Después del Mayo del 68 y de la revolución sexual de los 70, los guionistas perdieron el interés por las mujeres fatales, que desaparecieron de las pantallas hasta que el *thriller* erótico de finales de los 80 las rescató en forma de “post-femmes”, con notables ingresos en taquilla. Surgió una nueva *fatale* moderna y diferente que, en el peor de los casos, adoptó la forma de asesina psicópata; mientras que en otros se mostraba como una profesional exitosa, sexualmente liberada y dueña de su destino:

“Ahora son más cínicas, más inmorales y tienen menos escrúpulos, equiparándose a los hombres en todos los aspectos. Con una independencia ganada a pulso, la *femme fatale* se ha vuelto autosuficiente, ya no necesita del hombre para sus escaladas sociales, y si sigue dominándole para luego destruirle, lo puede hacer no sólo por interés material sino también por su propio placer, no exento de maldad, venganza o deseos insatisfechos” (COMAS, 2005, p. 40).

En muchas de las películas producidas durante las décadas de 1980 y 1990 la subjetividad narrativa reside en la mujer que, además de ser más inteligente que cualquiera de los personajes masculinos, también tiene éxito profesional. La despenalización moral de la *femme* es el cambio más llamativo respecto al arquetipo clásico: cuando la mujer es castigada no lo es por cuestiones de género (adulterio, inmoralidad o conducta “anti-femenina”), sino debido a la maldad objetiva de sus actos. Y en muchas ocasiones, ni siquiera es castigada.

Uno de los primeros filmes en mostrar esta transformación es *Fuego en el cuerpo* (*Body heat*, Lawrence Kasdan, 1981), protagonizado por Kathleen Turner en el papel de Matty Walker, un personaje que todavía conserva rasgos clásicos –en el anuario de su instituto recibía el apodo de “La Vamp”–, pero que ya empieza a dar señales de lo que será la *femme* de la próxima década. Como Gilda, Phyllis o Cora, la primera aparición de Matty es de blanco, con un sencillo vestido de seda que resulta sensual sin esfuerzo y, desde el momento en que el mediocre abogado Ned Racine (William Hurt) la ve, sabe que está ante una mujer por la que podría llegar a matar. Con un argumento que recuerda a *Perdición*, sin embargo la película termina con Turner tomando el sol en una playa brasileña, mientras su cómplice se pudre en la cárcel.

La retrofuturista *Blade runner* (Ridley Scott, 1982) transcurre en una versión distópica de Los Ángeles en 2019 y tiene muchas de las características del *noir* clásico: la ambientación, la cinematografía, los personajes y, entre ellos, no podía faltar la mujer fatal. La replicante Rachael (Sean Young) de la que se enamora el *blade runner* Deckard (Harrison Ford), es tan enigmática como todas las anteriores, pero más vulnerable y, en cierto sentido, sumisa. Ni Deckard ni el público saben cómo interpretarla en la famosa escena del test de Voight-Kampff, que permite descubrir si el sujeto es humano o androide, aunque parte de su ambigüedad se deba a que al comienzo de la película todavía cree que es humana. Rachael seduce con trajes de enormes hombreras, se peina con moño esculpido en alto, se maquilla de forma dramática a lo Theda Vara y fuma constantemente. El diseñador del vestuario, Michael Kaplan, se inspiró en el trabajo de Gilbert Adrian y la primera aparición de esta replicante, mitad secretaria de dirección, mitad *vamp* vestida con una silueta de los años cuarenta, es desarmante.

Coincidiendo con la tercera ola de feminismo, surgieron nuevos planteamientos sobre las relaciones entre sexo y poder, y emergió una nueva categoría de *femme* “justiciera”. Esta nueva versión es psicópata, vindicativa y heredera directa de la asesina de *Escalofrío en la noche* (*Play Misty For Me*, Clint Eastwood, 1971). En *Atracción Fatal* (*Fatal Attraction*, Adrian Lyne, 1987), Glenn Close es Alex Forrest, una especie de vengadora contra los hombres infieles que, a pesar de su violenta locura y más allá de su condición de víctima o verdugo, ha adquirido la categoría de icono cultural. El vestuario, diseñado por la debutante Ellen Mirojnick, emplea una gama monocromática para definir el carácter de los personajes.

Antes de empezar a dar signos de desequilibrio, Alex viste con un traje de ejecutiva impecablemente blanco, que denota la seguridad y superioridad del personaje, combinado con pulseras de eslabones, que simbolizan su carácter posesivo. Repite color en la escena del cuarto de baño, tras el intento de suicidio, cuando viste un blusón corto que, potenciado por los tonos neutros del espacio, sugiere una camisa de fuerza en el interior de un hospital psiquiátrico. A partir del momento que en que Alex comienza la venganza contra Dan Gallagher (Michael Douglas), el color de su vestuario se oscurece hasta llegar a la escena final, en la que recupera el blanco, para morir violentamente en la bañera.

Mirojnick y Douglas volvieron a coincidir en *Instinto Básico* (*Basic Instinct*, Paul Verhoeven, 1992), el *thriller* erótico que elevó a Sharon Stone a la categoría de icono sexual por el papel de Catherine Tramell, la principal sospechosa en la investigación de unos asesinatos en serie. En esta ocasión, la diseñadora optó por “retratar a Catherine como una mujer muy sofisticada y rica, con una paleta de colores motivada por su estilo *icy blonde* hitchcockiano” (WOODWARD, 2021)<sup>7</sup>. La película plantea dos grupos de protagonistas: policías con gabardinas y camisas de colores alegres; en contraste con los acaudalados, que optan por prendas de diseño en tonos neutros. Abiertamente bisexual, inteligente y peligrosa, Tramell cumple con todas las premisas que requiere la complejidad del arquetipo y su guardarropa es tan ambivalente como su actitud. A menudo prefiere discretos tonos crema y grises, pero cuando es preciso, se viste para desestabilizar a los que la rodean. Basta con dos escenas para visualizar la dualidad del personaje: el primer encuentro con Catherine ocurre en su casa en la playa, donde descansa abrigada con una mullida chaqueta de punto beige. En contraste, la escena del baile lésbico en la discoteca, para la que elige un escueto vestido de lentejuelas color bronce. El vestuario acompaña a la trama para mantenernos adivinando sobre su culpabilidad, oscilando entre prendas minimalistas de Hermès y provocadores vestidos que apenas rozan los muslos, mientras Tramell fluctúa entre estados de vulnerabilidad y empoderamiento sin solución de continuidad.

El juego de máscaras alcanza el punto álgido cuando viste la prenda más memorable de la película, el vestido blanco del interrogatorio, con el que saca a relucir su verdadero carácter. El vestido – corto, entallado, de cuello alto- oculta en la parte superior, al tiempo que revela en la inferior, aportando una sensación de control absoluto. Sin embargo, el espectador, que la ha visto vestirse y sabe que no lleva ropa interior, no se deja engañar por la falsa apariencia de decoro. En la sala de interrogatorios, Catherine se enfrenta en solitario a los detectives, cual *stripper* expuesta a la mirada lasciva de un público exclusivamente masculino. La mujer da la vuelta a la situación de desventaja y pasa a dominar la acción. Mientras fuma y sonrío burlona, está actuando para unos policías a los que deja fuera de combate con

<sup>7</sup> Traducción propia para: “We wanted to portray Catherine as a very sophisticated and wealthy woman, with a colour palette motivated by her Hitchcockian, icy blonde way.”

un calculado cruce de piernas. Hasta el final de la película nos cuestionamos si es capaz de matar con un picador de hielo y el vestuario subraya la ambivalencia del personaje.

*Acoso* (*Disclosure*, Barry Levinson, 1994) aborda la temática del acoso sexual en el trabajo, pero esta vez cometido por una mujer-jefa, Meredith Johnson (Demi Moore), que ejerce su poder sexual y profesional contra un empleado (y ex pareja), interpretado una vez más por Michael Douglas que, en su aparente condición de representante del machismo universal, se convirtió en la víctima favorita de las *femmes* de los 90. Lo primero que vemos de Meredith son sus pies calzando unos tacones de once centímetros de Stuart Weitzman que, en lugar de bajar una escalera (como en *Perdición*), en esta ocasión la suben, en la dirección de sus aspiraciones profesionales. Esta imagen fetichista sexualiza desde el inicio al personaje de una jefa que ha llegado a la empresa para seducir y luego acusar falsamente de acoso a la víctima masculina. La imagen de Meredith tiene dos caras: en la intimidad, se viste para seducir con sofisticada lencería negra que la hipersexualiza. En público, se muestra con trajes sastre de ejecutiva para exhibir su éxito profesional, al estilo de Gordon Gekko en *Wall Street* (1987). A diferencia de la *femme* de los 40, ya no tiene que disfrazar su ambición ni sus logros. Ha triunfado y ejerce el poder, no ya sexual, sino laboral, sobre los hombres ahora bajo su mando.

La *fatale* más implacable de los años 90 fue Bridget Gregory (Linda Fiorentino) en *La última seducción* (*The last seduction*, John Dahl, 1994), una mujer cosmopolita, empoderada y competente, obligada a vivir en un ambiente rural que, cual galán masculino, se muestra sexualmente segura, habla como el cliente más soez del bar y, al estilo de Sam Spade, Philip Marlowe o el mismo James Bond, hasta tiene su propia bebida: un Manhattan. También como ellos, Bridget es el personaje central de la historia. Vemos el mundo desde su punto de vista, es la antiheroína que impulsa la trama y, como Matty Walker, consigue culminar sus planes sin perder el sueño, con el ex marido asesinado y el amante pagando en la cárcel por un delito que no cometió. La publicidad de la película decía: “La mayoría de las personas tienen un lado oscuro... Ella no tiene ningún otro”, y claroscuro es el guardarropa de Bridget, que sólo viste con sobrios trajes en blanco y negro, elegantes y profesionales, con un estilo Dietrich sutilmente andrógino. Como la diva alemana, en una escena viste una pulcra camisa blanca con cuello abotonado, coordinada con un blazer del mismo color. Pero cuatro décadas después, Bridget ya no se preocupa en fingir y el espectador sabe que su cuidada apariencia refleja una combinación letal de ambición, control y carencia de todo escrúpulo. Si las *femmes* de los 40 vestían de blanco era para ocultarse, cuando las fatales de los 90 hacen lo propio, el color (o la falta de él) se convierte en una pizarra en blanco lista para subvertir la pureza.

La profesionalidad es el atributo que más diferencia a la mayoría de las mujeres modernas de sus predecesoras de 1940, porque no solo indica que la mujer ha usurpado el tradicional rol social masculino, sino que ya no se define sólo por su apariencia (BRUZZI, 1997). No renuncian al estilo, pero ya no necesitan ocultarse tras una máscara. Este cambio se plasma en *L.A. Confidential* (Curtis Hanson, 1997), perfecta combinación del cine negro de los 40 con el posmodernismo de los 90, que transcurre en los años 50. En esta época, Lynn Bracken (Kim Basinger) es una *femme* que todavía necesita disfraz, una prostituta de lujo que imita el estilo de la estrella del cine negro Veronica Lake. El diseño de vestuario de Ruth

Myers está lleno de homenajes al glamour del cine clásico, como la negligé de Lake, la boina y el abrigo estilo Bacall o las réplicas de vestidos de Turner. La primera escena de Lynn es digna del mejor *noir*: oculta con una capa en terciopelo negro, nos hace esperar hasta que por fin vemos su rostro, las ondas de pelo rubio y labios delineados en rojo, enmarcados por el ribete de satén blanco de la capucha. Lynn se ajusta al molde arquetípico: el espectador desconoce sus verdaderas intenciones y su enigmática personalidad se construye en buena parte a través del vestuario. El brillo de los tejidos ilumina al personaje de una forma que la hace parecer intocable, como observada a través de la lente de una cámara que muestra siempre una estrella de cine, no una persona real. Y es que la frase más elocuente para describir el arquetipo de la *femme fatale*, clásica o evolucionada, la pronunció un dibujo animado “fatal”, Jessica Rabbit, cuando en *¿Quién engañó a Roger Rabbit? (Who Framed Roger Rabbit)*, Robert Zemeckis, 1988) dice: “No soy mala... Es que me han dibujado así”.

### Reflexiones finales

Desde los comienzos del cine, el arquetipo de la *femme fatale* se calzó tacones de aguja y empezó a cruzar las piernas, a fumar y a vestirse para matar, sentimental o literalmente, dependiendo del guion. El estilo de la mujer fatal ha evolucionado paralelamente al camino recorrido por las mujeres en la conquista de sus derechos. En los primeros filmes, se movió dentro de una narrativa de hombres y para hombres, como arquetipo estigmatizado con el poder de destruir a los héroes de la película, debido a su sexualidad explícita, su ambición y su deseo de independencia. Herederas de la estética de las perversas de los artistas Prerrafaelitas, las *vamps* silenciosas lucían prendas exóticas, larga cabellera y maquillaje dramático para inspirar las fantasías masculinas de comienzos del siglo XX. No cabía confusión con el estilo recatado y modesto propio del personaje antitético de la ingenua.

Los deseos de independencia y diversión de la *flapper* resultaban igualmente amenazadores para los hombres de la década de los 20, pero su look andrógino y desenfadado se vio truncado por el crack del 29, que dio paso a la Gran Depresión y, con ella, a poderosas *femmes fatales* que, travestidas con pantalones y esmóquines o bien cubiertas con sugerentes plumas y transparencias, se atrevieron a desafiar los valores de la moral tradicional, hasta que el Código Hays puso fin a la fiesta.

Las fatales que reinaron en la era dorada de Hollywood intrigaban para imponer su voluntad hasta que les llegaba el castigo por subvertir el orden patriarcal establecido. Concedoras de las leyes que trababan de burlar, las *femmes* de los 40 necesitaron ocultar su verdadera personalidad en lugar de revelarla, y un vestuario a base de inocentes vestidos blancos y rigurosos trajes de chaqueta sirvió como disfraz a un arquetipo esencialmente ambiguo.

Con su regreso en el *neo noir*, la *post-femme* conquistó la licencia de maldad sin remordimientos de la que a menudo salió impune. La nueva *femme* profesional era el reflejo del nuevo estatus de emancipación social y sexual de una mujer que ya no necesitaba disculparse, ni disfrazarse, aunque siguió vistiendo de blanco y con trajes de chaqueta masculinos para imponer su voluntad en el territorio social, laboral y narrativo conquistado a los hombres.

Aunque hoy en día es complicado aceptar a la *femme* como modelo de comportamiento subversivo para hacer colapsar el orden patriarcal, es justo reconocer que en todas sus versiones a lo largo de los años, el rasgo común de todas ellas es su feroz individualidad, su ambición de no vivir al servicio de los hombres. Una personalidad que se expresaba también a través de un vestuario que contribuyó a la comprensión del universo *noir*, tanto como lo hicieron la iluminación o la fotografía.

Generador de modas y modos, el cine ha ayudado, a través del vestuario, a romper con los estereotipos sociales, especialmente de género y, entre todos los arquetipos que han poblado las pantallas, el estilo de la *femme fatale* ha destacado por encima del de sus antagonistas, porque si por algo son conocidas las mujeres fatales ayer, hoy y siempre, es por quebrantar las reglas.

## Referencias

- BORNAY, E. **Las hijas de Lilith**. Madrid: Cátedra, 1995.
- BRUZZI, S. **Undressing cinema**. Clothing and identity in the movies. Londres y Nueva York: Routledge, 1997.
- BUTLER, J. **Imitation and gender insubordination**. In: FUSS, Diana. **Inside/Out**. Lesbian Theories, Gay Theories. Londres: Routledge, 1991, p. 13-31.
- COMAS, A. I. **De Hitchcock a Tarantino**. In.: **Enciclopedia del Neo Noir norteamericano**. Madrid: T&B editores, 2005.
- DÍAZ, MATEOS A.; DÍAZ MATEOS, V; MOJARRO ZAMBRANO, M. **“Bésame tonto”**: la mujer fatal en el cine. In: CARRERAS-LARIO, N.C.; CRESPO GÁMEZ, C. **Cien años de cine**: la fábrica y los sueños. Sevilla: Facultad de Ciencias de la Información, 1998, p. 144-151.
- DIXON, W.W. Shanghai Express. **Senses of Cinema**, febrero 2012. Disponible en: <http://sensesofcinema.com/2012/cteq/shanghai-express/>. Acceso en: 1 marzo 2021.
- DOANE, M. A. **Femmes Fatales**: feminism, film theory, psychoanalysis. Nueva York: Routledge, 1991.
- EYMAN, S. **Lion of Hollywood**. The life and legend of Louis B. Mayer. Nueva York: Simon & Schuster, 2012.
- GALÁN, D. **Louise Brooks, aquel valle de alegrías**. El País, Madrid, 12 agosto 1985. Disponible en: [https://elpais.com/diario/1985/08/12/cultura/492645607\\_850215.html](https://elpais.com/diario/1985/08/12/cultura/492645607_850215.html). Acceso en: 4 septiembre 2021.

GUBERN, R. **Máscaras de la ficción**. Barcelona: Anagrama, 2002.

GÜMIL, E. Clara Bow, así fue la trágica vida de la primera 'it girl'. **Vanity Fair**, Denver, 29 julio 2018. Disponible en: <https://www.revistavanityfair.es/cultura/entretenimiento/articulos/ clara-bow-tragica-historia-primera-it-girl-hollywood-sexo-muerte-wings/32613>. Acceso en: 2 julio 2021.

KAPLAN, E. A. **Women and film. Both sides of the camera**. Londres y Nueva York: Routledge, 1983.

KRUTNIK, F. **In a Lonely Street**. Film noir, genre, masculinity. Londres: Routledge, 1991.

MORIN, E. **The Stars**. Nueva York: Grove Press, 1961.

MULVEY, L. Visual Pleasure and Narrative Cinema. **Screen**, Oxford, vol. 16, no. 3, Otoño 1975, p. 6–18.

SARRIS, A. **The Films of Josef Von Sternberg**. Nueva York: Museum of Modern Art, 1966.

SCHREIER, S. **Hollywood dressed & undressed**. A century of cinema style. Nueva York: Rizzoli, 1998.

STEELE, V. **Femme fatale**: moda y cultura visual en la Paris finisecular. In.: STEELE, Valerie. **Fashion Theory**. Hacia una teoría cultural de la moda. Buenos Aires: Ampersand, 2018.

TANABE, R. Greta Garbo. **New World Encyclopedia**, 17 julio 2017. Disponible en: [www.newworldencyclopedia.org/p/index.php?title=Greta\\_Garbo&oldid=1005557](http://www.newworldencyclopedia.org/p/index.php?title=Greta_Garbo&oldid=1005557) Acceso en: 23 junio 2021.

VALLANCE, T. Obituary: Jean Louis. **Independent**, 22 otoño 2011. Disponible en: <https://www.independent.co.uk/news/obituaries/obituary-jean-louis-1269135.html>. Acceso en: 6 marzo 2021.

WOODWARD, D. Unpicking the icy cool style of Sharon Stone's Basic Instinct femme fatale. **Dazed**, Londres, 16 junio 2021. Disponible en: <https://www.dazeddigital.com/fashion/article/53209/1/basic-instinct-sharon-stone-femme-fatale-costumes-ellen-mirojnick-paul-verhoeven>. Acceso en: 12 agosto 2021.



**Mulheres em vingança e novos  
“simbolismos de corpos femininos”  
entre antropomorfismo fílmico, moda e  
idealismo de género no cinema de Visconti**

*Donne in rivalsa e nuove “simboliche dei corpi femminili”  
tra antropomorfismo filmico, moda e idealismo di  
genere nel primo periodo del cinema viscontiano*

*Women in revenge and new symbolisms of female bodies  
between filmic anthropomorphism, fashion and gender  
idealism in the early period of Visconti’s cinema*

Teresa Biondi<sup>1</sup>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4031-9051>

[resumo] O realismo cinematográfico de Visconti diz respeito à história das transformações de identidade dos italianos do pós-guerra ao boom económico, e se baseia na representação do contexto psico-sócio-antropológico em que “modelos de mulheres contemporâneas” surgem, às vezes erotizados, e sempre emblemáticos de tentativas de vingança feminina ainda a germinar. Nos primeiros filmes de Visconti este aspecto particular toma, portanto, forma em tons idealmente progressistas e não concretos, representados através de personagens interpretados por divas da época como Giovanna-Calamai em *Osessione* (1943), Maddalena-Magnani em *Bellissima* (1951) e Pupe-Schneider em *Il lavoro* (1962). Subjacente ao potencial expressivo destas obras está o valor antropomórfico do cinema, proposto num dos seus famosos ensaios como “declaração de intenções”, um *preâmbulo* dos seus filmes concebido para evidenciar a capacidade, ainda por construir, de reproduzir o valor da autenticidade humana na representação e na cena, ou a partir de aspectos materiais de que é composta. É precisamente a teoria cinematográfica subjacente e a representação cénica, implicada tanto nas formas simbólicas construídas pelo realizador como nos materiais que compõem o cenário, figurinos e requisitos da cena, que inicialmente assumem traços do neo-realismo, ou como o próprio especificou de “realismo humano”, característica que manterá sempre, mesmo nos filmes do segundo período definido pela crítica como barroco e decadentista. Esta transição será determinada pelo entendimento de que o *boom* económico e o advento de uma nova sociedade capitalista mudaram radicalmente a vida e a cultura dos italianos, e nem sempre para melhor. A fim de narrar esta mudança, Visconti definirá novas formas narrativas “realisticamente pré-estruturadas” que mostram, através da riqueza da materialidade dos ambientes e do guarda-roupa, os aspectos simbólicos de um novo “realismo humano” degenerado pelo dinheiro e muitas vezes escondido por detrás do aparente crescimento social. A partir deste discurso, as três personagens femininas acima mencionadas são analisadas, com particular atenção o personagem interpretado por Pupe-Schneider, num estudo de caso escolhido pelas conotações dramáticas particulares construídas através dos elementos barrocos da cena e dos figurinos/vestidos da marca Chanel.

[palavras-chave] **Luchino Visconti. Estrelato. Chanel. Estudos de Género. Estudos de Moda.**

<sup>1</sup> Laureata al DAMS e docente a contratto presso l'Università di Torino. E-mail: [teresa.biondi@unito.it](mailto:teresa.biondi@unito.it)

[abstract] Visconti's filmic realism concerns the story of the identity transformations of Italians from the post-war period to the economic boom, and is based on the representation of the psycho-socio-anthropological context in which "models of contemporary women" appear for eroticized traits, and always emblematic of attempts at a female revenge still in germ. In Visconti's early films this particular aspect therefore takes shape in tones that are only ideally progressive and not concrete, represented in characters played by divas of the time such as Giovanna-Calamai in *Ossessione* (1943), Maddalena-Magnani in *Bellissima* (1951) and Pupe-Schneider in *Il lavoro* (1962). Underlying the expressive potential of these works is the anthropomorphic value of cinema, described in one of his famous essays that seems more like a 'declaration of intent', a preamble to his films designed to highlight their capacity, yet to be constructed, to reproduce the value of human authenticity in the acting and in the scene, or from the material aspects of which it is composed. It is precisely the film theory at the basis of his films and the correlated scenic representation, both in the symbolic forms constructed by the director and in the materialistic ones of the set, costumes and scene requirements, that initially assume the traits of neo-realism, or as he specified "human realism", whose character he will always maintain, even in the films of the second period defined by critics as baroque and decadentist. This change will be determined by the understanding that the economic boom and the correlated advent of a new capitalist society have radically changed the life and culture of Italians, and not always for the better.

In order to narrate this change, Visconti will define new forms of "realistically pre-structured" storytelling that show, in the richness of the materiality of environments and costumes, the symbolic aspects of a new human verism degenerated by money and often hidden behind the mask of apparent social growth. Starting from this discourse, the three female characters mentioned above are analysed, with particular attention to Pupe-Schneider, a case study chosen for the particular dramaturgical connotations constructed through the baroque elements of the scene and costumes/dresses of the Chanel brand.

[keywords] **Luchino Visconti. Stardom. Chanel. Gender Studies. Fashion Studies.**

[abstract] Il verismo filmico viscontiano riguarda il racconto delle trasformazioni identitarie degli italiani dal dopoguerra al boom economico, e si basa sulla rappresentazione del contesto psico-socio-antropologico in cui “modelli di donne della contemporaneità” appaiono per tratti erotizzati, e sempre emblematici di tentativi di una rivalse femminile ancora in germe. Nei primi film di Visconti questo particolare aspetto prende dunque forma in toni solo idealmente progressisti e non concreti, rappresentati in personaggi interpretati da dive del tempo quali Giovanna-Calamai in *Ossessione* (1943), Maddalena-Magnani in *Bellissima* (1951) e Pupe-Schneider ne *Il lavoro* (1962). Alla base dei potenziali espressivi di queste opere vi è il valore antropomorfo del cinema, descritto in un suo saggio famoso che sembra più una “dichiarazione di intenti”, un preambolo ai suoi film atto a evidenziare la capacità, tutta da costruire, di riprodurre il valore dell’autenticità umana nella recitazione attoriale e nella scena, o a partire dagli aspetti materiali di cui è composta. Proprio la teoria filmica alla base dei suoi film e la correlata rappresentazione scenica, sia nelle forme simboliche costruite dalla regia, sia in quelle materialistiche dell’insieme di scenografie, costumi e fabbisogno scena, inizialmente assumono i tratti del neorealismo, o come egli precisava del “verismo umano” del quale manterrà sempre il carattere, anche nei film del secondo periodo definito dalla critica barocco e decadentista. Questo cambiamento sarà determinato dalla comprensione che il boom economico e il correlato avvento di una nuova società capitalista hanno cambiato radicalmente la vita e la cultura degli italiani, e non sempre verso il meglio. Per narrare tale cambiamento Visconti definirà nuove forme del racconto “realisticamente pre-strutturate” che mostrano, nella ricchezza della materialità degli ambienti e dei costumi, gli aspetti simbolici di un nuovo verismo umano degenerato dal denaro e spesso celato dietro la maschera dell’apparente crescita sociale. A partire da questo discorso si analizzano i tre personaggi femminili citati sopra, con particolare attenzione a Pupe-Schneider, caso di studio scelto per le particolari connotazioni drammaturgiche costruite tramite elementi barocchi della scena e costumi/abiti del marchio Chanel.

[parole chiave] **Luchino Visconti. Divismo. Chanel. Gender Studies. Fashion Studies.**

Recebido em: 09-12-2021

Aprovado em: 07-02-2022

## Introduzione

### Donne della contemporaneità nel primo cinema di Visconti: dal dopoguerra al boom economico

Questo saggio è incentrato su tre personaggi femminili al centro dei film del primo periodo del cinema viscontiano, “modelli di donne” capaci di rappresentare in modo esemplare, ognuna nelle proprie caratteristiche identitarie, culturali e sociali, il decennio al quale appartengono, anche quando questo è solo all’inizio: Giovanna di *Ossessione* per gli anni Quaranta, Maddalena di *Bellissima* per gli anni Cinquanta e Pupe de *Il lavoro* per gli anni Sessanta.

Con il neorealismo istituito dal primo film di Luchino Visconti il cinema italiano rompe gli schemi classici del divismo e per la prima volta una diva appare in scena nella sua immagine naturalistica, senza trucco e in abiti semplici tratti dal vero. Tutto ha inizio con Clara Calamai protagonista di *Ossessione* (1943), l’opera che avvia – involontariamente, come spiegava Visconti stesso (CHIARETTI, 1960) –, il neorealismo (RONDI, 1974). Questa nuova pratica filmica, alla base della modernità cinematografica, suggerirà alle cinematografie di tutto il mondo di realizzare i film a partire da una materialità scenica ontologicamente realista<sup>2</sup>. A partire dal realismo suggerito da Visconti la produzione di film italiani comincia a fondarsi tanto sulle capacità creative e manifatturiere degli addetti ai lavori (troupe), quanto sulla “resa antropomorfa”, nei termini viscontiani (VISCONTI, 1943), degli attori e della materialità concreta e verista delle scene, a partire da ogni elemento visivo e sonoro rappresentato al loro interno. Si tratta di una rivoluzione che segna un punto di rottura tra il cinema precedente e quello successivo – all’inizio nazionale e in breve tempo anche internazionale – votato a cambiare non solo l’estetica e la drammaturgia delle opere, ma anche la recitazione degli attori e il modo (materiale) di apparire in scena dei personaggi. *La terra trema* (1948) sarà l’opera che meglio rappresenterà questa idea di portare in scena “l’umanità integrale” a partire dall’uso di attori non professionisti e dall’originalità materiale della scena, denudata in tal modo da ogni conformismo cinematografico, specialmente divistico (Ferrero, 1969; Micciché, 1988).

Sin da *Ossessione* è evidente la netta rottura con il cinema fascista. Il film, di fatto, è molto prossimo al *realismo poetico* (e di sinistra) dei film di Jean Renoir, con il quale Visconti ha collaborato come costumista e al quale si ispira per i tratti estetici e fotografici di matrice realista. Ma la fonte principale che nutre la sua ispirazione umanista è il verismo verghiano, come studiato da sempre nell’analisi dei suoi primi film (NOWELL-SMITH, 1967; SPERENZI 1969; DI GIAMMATTEO, 1976; CALLEGARI E LODATO, 1976; PRAVADELLI, 2000), un tema che è particolarmente evidente nel racconto dell’umanità delle donne, tratteggiate realisti-

<sup>2</sup> Per uno studio delle teorie più recenti sul neorealismo cfr. BRUNETTA, 2014; PARIGI, 2014; CARLUCCIO, MORREALE, PIERINI, 2017; GUERRA, 2015; PITASSIO, 2019.

camente e con coraggio anche dal punto di vista sessuale, e rappresentate in modo innovativo a partire dalle relazioni disarmoniche tra i sessi, specialmente nella coppia sposata.

Le donne dei primi film di Visconti, infatti, hanno un ruolo determinante nella costruzione – e mantenimento o perdita – dell’unione coniugale. Tra queste figure, a partire da l’antesignana Giovanna-Calamai di *Ossessione*, ve ne sono altre due che rivestono una particolare rilevanza nella capacità di rappresentare le complesse mutazioni della femminilità in corso dal dopoguerra all’avvento del boom economico, sia dal canto dell’estetica del corpo legata alla sessualità e alla moda, sia nella relazione di coppia e nei comportamenti sociali connessi: Maddalena-Magnani in *Bellissima* (1951) e Pupe-Schneider nell’episodio *Il lavoro* (1962).

### **L’antropomorfismo nei primi film di Visconti: dal realismo integrale al primo barocco**

Alla base dell’osservazione del contesto umano e sociale in cambiamento compiuta da Visconti, e che egli cerca di riprodurre in ogni suo film, vi è il pensiero socio-politico sulle ricadute disumanizzanti generate dalle “troppo veloci” trasformazioni dell’identità nazionale dei nuovi tempi, con attenzione alle mutazioni antropologiche della modernità e al nuovo classismo ai tempi del boom economico e della società capitalista.

Visconti, sin dal suo famoso saggio *Cinema antropomorfo* del 1943, aveva spiegato l’importanza dei tratti umani rappresentati nei film, essenziali per riprodurre il realismo e i valori antropologici, sociologici e psicologici della società in trasformazione (Biondi, 2016). Lo scritto, apparso lo stesso anno di *Ossessione*, pur nella sua brevità racchiude la sintesi dell’idea viscontiana di cinema quale diade inscindibile tra racconto filmico ed espressione scenica della capacità umana di adattarsi a una vita “viva” e “vera” fondata su sentimenti spontanei, siano essi giusti o sbagliati.

Per spiegare l’antropomorfismo al cinema Visconti ne spiega il valore nella vita reale, affermando che questo costituisce la sintesi tra l’uomo “umanamente sano” capace di sentimenti autentici nei riguardi di se stesso e degli altri, e la vita reale e sociale che egli conduce; inoltre precisa che, affinché si possa condurre un’esistenza antropomorfa si deve svolgere un lavoro, la principale attività da cui deriva la possibilità di esprimere la creatività e collocarsi nel sociale grazie all’identità lavorativa stessa, l’elemento sociale che rende la vita di ognuno antropomorfa, ovvero espressione di sentimenti vivi, e delle soddisfazioni e della compiutezza di ognuno, di contro alla morte delle passioni e della vitalità che devono sussistere alla base di una sana esistenza, personale e sociale. Per tale motivo il lavoro è un tema centrale specialmente nelle opere del primo periodo che analizziamo in questo saggio. Al centro del discorso pone innanzitutto l’arte dell’attore, poiché l’antropomorfismo non deve perdersi nella creazione dei personaggi filmici, come accade sempre quando gli attori usano modi interpretativi stereotipati e troppo facili, calchi dei loro personaggi precedenti e della loro immagine divistica, spesso connessa a generi e modi di produzione che viziano l’interpretazione. L’attore “vivo e vero”, invece, come egli spiega di contro al divismo anti-naturalistico, è quello che appare in scena in forma umanamente autentica, a partire da tutti i punti di vista che riguardano la “messa in vita” di un personaggio, per sua ontologia essenzialmente “finto” o “recitato”.

Questo nuovo modo di costruire i personaggi prende forma per la prima volta con *Ossessione*, interpretato da attori professionisti, ma è con *La terra trema* (1948) che si consolida il valore dell'autenticità umana integrale dei personaggi filmici interpretati da attori non professionisti, istituendo e avvalorando questa caratteristica come un tratto tipico del cinema neorealista. In tal prospettiva, e ai fini della costruzione dei personaggi, in quest'ultimo film il verismo umano è riflesso nel film in modo spontaneo e originario dalla gente del luogo che parla il dialetto autoctono, ma anche dall'originalità dei luoghi stessi, della luce, degli abiti veri e della più ampia riproduzione dei costumi sociali o dell'originario contesto etnografico dei pescatori di Acitrezza (CUCINOTTA, 2012). Quest'ultimo, infatti, è riprodotto in modo realista e senza ritocchi scenografici seguendo una prospettiva estetica documentaristica. Visconti, infatti, nel progetto originario intendeva realizzare un documentario sulla pesca locale commissionato dal Partito Comunista, e solo una volta giunto nei luoghi delle riprese, attratto dalla ricchezza di valori mitologici, storici e antropologici, aveva mutato l'opera in un film di finzione dai più complessi tratti umani e sociali, anche di tipo intimista e soggettivo, ma fortemente aderente al modello etnografico del luogo.

Tale prospettiva drammaturgica del linguaggio documentaristico innestato al cinema di finzione, costituisce un modo "radicalmente autentico" di riprodurre l'antropomorfismo dei personaggi che Visconti non userà in tal maniera integrale in nessun'altra opera, come prova il film successivo, *Bellissima*, nel quale cerca di trarre l'autenticità umana che intendeva portare in primo piano innanzitutto grazie al corpo divistico di Magnani, una borghese romana da tramutare in un personaggio del popolo con ogni mezzo filmico a sua disposizione. Tra questi l'arte dell'attore e la materialità della scena, in particolare gli abiti o i costumi, sono usati come una simbolica della femminilità in rivalsa e capaci, nella fusione con il corpo interpretativo di Magnani, di vivificare il personaggio nel rispetto delle sue origini popolari. Ma, come detto sopra, in queste opere è centrale anche il tema del lavoro, che purtroppo è difficile da ottenere o da mantenere, determinando per le classi sociali rappresentate un basso livello di vita, contrassegnata da dolori e infelicità.

Con *Bellissima* si chiude la fase neorealista e come il film dimostra si è già aperta una nuova fase del cinema viscontiano, che fino al boom economico muterà stile e tratti narrativi disparati e molti distanti tra loro, come *Senso* (1954), il suo primo film definito barocco, *Le notti bianche* (1956), opera intimista dall'estetica più minimalista, e *Rocco e i suoi fratelli* (1960), il film che sembra riappropriarsi dei tratti del neorealismo ma in tutt'altra forma narrativa. In queste opere Visconti integra l'osservazione e il racconto delle classi povere con quello delle classi alte, e a partire dall'episodio *Il lavoro* (1962) e da *Il Gattopardo* (1963), proporrà solo sguardi dall'alto sulla società. Da questo momento analizza e racconta vizi e degenerazione umana dei ricchi, un nuovo contesto socio-antropologico che rispecchia i mali inferti al paese e alla cultura nazionale dall'avvento del capitalismo industriale e dalla società dei consumi, adeguandosi alla nuova onda di racconti mediali che seguono nuove regole produttive. I film degli anni Sessanta, infatti, in opposizione al neorealismo e alle forme di realismo integrale andranno sempre più nella direzione della restaurazione del divismo, degli abiti di scena esportati direttamente dalla vetrina o dalle collezioni di moda,

costruendo immagini di donne borghesi sofisticate, vestite con abiti di marchi famosi, dalle vite banali e stereotipate, svuotate di ogni significato e di sentimenti sani. Questi elementi, che caratterizzano il processo di ripresa economica del paese, con l'arrivo del boom economico si radicheranno nell'immaginario collettivo nazionale attraverso il nuovo "sistema mediale di massa", a sua volta responsabile della creazione della cultura di massa, istituendo un'altra immagine femminile nazionale, imposta alla ribalta sociale come nuovo stereotipo di donna elegante e benestante non dedita al lavoro.

Visconti condanna immediatamente questo stereotipo elitario, metaforizzandolo, in maniera "acre", nel personaggio di Pupe, protagonista dell'episodio *Il lavoro* parte del film collettivo *Boccaccio '70* (1962), opera a episodi ideata da Cesare Zavattini (DI CARLO e FRATTINI, 1962). Pupe, interpretata da Romy Schneider, come analizzeremo più avanti in modo molto più approfondito, è una donna agli antipodi rispetto all'autenticità umana dei personaggi interpretati da Calamai e Magnani, alla ricerca di un'identità autonoma e forte di contro alle sue debolezze, un percorso ancora da costruire in un'epoca di lotte per i diritti delle donne e che, seppur ancora lontani dall'ottenere risultati concreti, condurrà alla rivoluzione sessuale del Sessantotto.

Il caso merita una particolare attenzione proprio a partire dalla costruzione, innovativa nel cinema di Visconti, di un nuovo corpo divistico femminile che prende vita con indosso abiti del marchio francese Chanel (KODA & BOLTON, 2005). Di fatto, grazie all'uso di abiti di alta moda e di un ambiente aristocratico barocco, il film realizza una diversa creazione dei costumi rispetto a quelli popolari di *Ossessione* e *Bellissima*, al fine di attivare un nuovo dialogo tra corpo attoriale (Schneider), personaggio (Pupe) e ideologie progressiste del marchio di moda (Chanel): la fusione ideale dei tre livelli semantici ha il fine di far parlare il corpo sociale/simbolico e quello erotico/femminile della protagonista, in entrambi i casi "corpo di genere", dei primi tentativi di cambiamenti identitari delle donne in atto nelle nuove classi borghesi.

### **Da *Ossessione* a *Bellissima*: donne popolarie in rivolta sessuale e sociale**

Giovanna-Calamai, protagonista di *Ossessione* (tratto da *The Postman Always Rings Twice* di James M. Cain, 1934), è una giovane donna, bella e infelice, intrappolata in un matrimonio che la disgusta. Il marito, con il matrimonio, l'ha salvata da una vita di malaffare, ma l'ha anche resa schiava del lavoro a conduzione familiare in una trattoria di periferia che annulla ogni emozione ed espressione di vita soddisfacente, negandole anche ogni prospettiva sociale progressista. Quando nella vita di Giovanna appare un giovane uomo, dal corpo vigoroso e sessualmente desiderabile, la donna riscopre gli istinti repressi e prima tradisce il marito, per poi ucciderlo insieme all'amante nella speranza di poter condurre una vita migliore con l'uomo che ama. Infine, incinta del suo primo figlio, muore in un incidente stradale mentre cerca di fuggire dalla polizia insieme all'amante, che si ritroverà più solo di prima, assassino e uomo senza futuro.

In questo film appare una materialità della scena d'impronta originale e povera così com'era realmente la periferia ferrarese del tempo, e l'immagine della diva Calamai è rinnovata in un'icona di donna fragile, che dimostra un realismo (dis)umano corroborato da abiti

semplici e “vissuti” in grado di svelare la povertà d’animo che alberga in lei e la sua mancanza di emozioni sane. L’infelicità è rappresentata visivamente da una materialità filmica che tramite i costumi (FERRERO, 1977; MARZOT e TIRELLI, 1977) “è indossata” come fosse la pelle viva del personaggio, ovvero la sua anima “messa a nudo”. È un nuovo modo di trattare gli ambienti del film e i costumi, una pratica realistica che Visconti ha appreso sui set di Renoir (PERRY, 1969), creando uno schermo filmico, o una superficie nei termini di Bruno (2014), che connette lo spettatore a nuovi spazi simbolici del cinema tramite i quali non si intendono più raccontare storie a lieto fine, ma le “verità umane” più inquiete e dolorose del tempo, vissute ancora in pieno regime fascista. Proprio gli abiti, presi dal vero e non dalle sartorie teatrali, costituiscono anche la rappresentazione autentica della moda nazionale, casta e patriarcale, creata dal fascismo di contro alla moda francese e a ogni importazione di stile estero, una nazionalizzazione dell’abbigliamento che istituiva una forma diversa di “divisa fascista” imposta al popolo, e nel caso delle donne anche de-erotizzante la figura femminile (figura 1).

FIGURA 1 - CLARA CALAMAI E MASSIMO GIROTTI IN  
*OSSESSIONE* (1943) DI LUCHINO VISCONTI



FONTE: Industrie Cinematografiche Italiane (ICI)

Calamai, inoltre, è la prima diva neorealista poiché con *Osessione*, storicamente, nasce il neorealismo, etichetta data al film dal montatore Mario Serandrei a partire dai tratti estetici di tipo realistico che caratterizzano l’opera in modo radicalmente innovativo; questi includono anche una sorta di dissacrazione dei corpi divistici, trattati non più

in modo aulico, ma che invece, con l'aiuto di scenografie, abiti e fabbisogno scena autentici nella loro ontologica povertà, appaiono riprodotti, dal canto umano, sociale, psicologico e antropologico, in modo radicalmente verista.

L'attenzione al corpo divistico femminile presentato in una nuova forma/immagine filmica di donna italiana del tempo, riemergerà con nuova forza espressiva verista e realistica anche in *Bellissima*, il film che chiude la stagione neorealista con un'interpretazione magistrale di Anna Magnani, attrice simbolo di italianità, riconosciuta al tempo stesso immagine simbolo e diva del neorealismo stesso grazie al successo internazionale di *Roma città aperta* (1945) di Roberto Rossellini. Magnani è dunque l'immagine femminile più consona dell'estetica anti-divistica promossa da tutto il cinema italiano del tempo. Proprio lei, infatti, avrebbe dovuto interpretare *Ossessione*, ma poiché incinta fu sostituita da Calamai. Visconti, che aveva compreso le sue capacità di "attrice antropomorfica" – specialmente nell'improvvisazione (Gandin, 1951), capacità che racconterà in modo meta-rappresentazionale nell'episodio *Anna Magnani* parte del film collettivo *Siamo donne* (1953) ideato da Cesare Zavattini (CARDONE, 2011) –, non rinuncia al progetto iniziale di fare un film con lei proprio per mostrarne le doti attoriali da un nuovo punto di vista: non più autoreferenziale come in *Siamo donne*, ma quello di una popolana che aspira alla rivalse sociale tramite la costruzione di un futuro migliore per la figlia. Per ottenere questo risultato Visconti costruisce una storia divenuta emblematica sia delle capacità interpretative dell'attrice, sia del concetto che egli reputa essere alla base dell'arte dell'attore: l'*antropomorfismo filmico*, dote di cui Magnani è interprete esemplare.

*Bellissima*, poiché realizzato a seguito di *La terra trema*, ovvero l'unica opera di Visconti considerata pienamente neorealista (DONIOL-VALCROZE E DOMARCHI, 1959), è un film in cui è molto evidente un cambiamento drammaturgico che mostra una nuova volontà narrativa totalmente "pre-strutturata" in sceneggiatura, anche nonostante l'idea di sfruttare al meglio le doti di improvvisazione di Magnani. *Bellissima*, infatti, scritto da Visconti con la grande sceneggiatrice Suso Cecchi d'Amico (CARLUCCIO, 2015), che dona al film una sensibilità femminile autentica e densa di sentimenti di maternità, incrocia il verismo umano dei personaggi ai toni più leggeri di una commedia, ma essenzialmente dai tratti drammatici. Ne deriva una storia incentrata su una popolana che aspira a un sogno utopico: provare a costruire per la figlia una carriera divistica sulla scia del neorealismo e degli attori non professionisti. È evidente che nonostante sia un film sui sogni effimeri e vacui della protagonista, non è intimista e crudo come nel primo realismo antispettacolare e (dis)umano di *Ossessione*, e non varato ai fini della critica sociale e politica come nel verismo documentaristico di *La terra trema*, opera sui mali sociali delle classi subalterne del sud che stanno perdendo il lavoro e con esso l'unità familiare e la dignità umana. Quest'ultimo, al tempo stesso, anticipava il tema dell'immigrazione interna verso il nord che sarà alla base di *Rocco e suoi fratelli* (VISCANTI, 1960), altra opera difficile da collocare nei vari incroci di stile e di estetica che Visconti in questi anni mette in scena in modo alternato, e che la critica etichettò distintamente come fedeltà o tradimento del neorealismo.

Tornando a Magnani in *Bellissima*, il personaggio veste dunque i panni di una “popolana in rivalse” di un quartiere periferico romano (Prenestino), rappresentando in tal modo un modello di femminilità all’incrocio tra la tradizione e la modernità (figura 2).

FIGURA 2 - ANNA MAGNANI IN *BELLISSIMA* (1951) DI LUCHINO VISCONTI



FONTE: Salvo D'Angelo-Film Bellissima

Maddalena Cecconi, che appare sullo schermo nella sua più autentica corporeità, è infatti immagine di un’umanità materna e di moglie fedele allo scopo di simboleggiare un tipo di donna che in Italia rappresentava ancora la maggior parte della popolazione femminile del tempo: parliamo della donna di casa o di famiglia, che lavora anche con piccoli impieghi in nero per pagare le rate del mutuo della nuova casa. In questo contesto ritroviamo gli stereotipi del tempo sul ruolo sociale e culturale delle donne mogli e madri, dedite alla costruzione del futuro della famiglia, senza aspettative sessuali e, come Maddalena, spesso succubi di abusi fisici e umiliazioni da parte dei mariti. In ogni caso queste donne appaiono deboli e forti al tempo stesso, capaci di peccare senza gravi tradimenti poiché conse dei valori della famiglia che viene prima di ogni immagine pubblica o di artefatto stile di vita proposto dal nuovo sistema mediale, da questo momento in rottura con il neorealismo e disposto a edulcorare la realtà al fine di risanare le ferite morali inferte dalla guerra e infondere

fiducia nel futuro e nello Stato. Maddalena, infatti, è affascinata da una modernità legata alle immagini divistiche prodotte dal cinema e dalle riviste di moda del tempo, che promuovono l'immagine di una donna affrancata dagli stereotipi dei tempi passati, specialmente dalle ideologie fasciste e finanche cattoliche, nonché lontana dalle sofferenze concrete date dalla povertà e dunque da una vita materiale semplice, per mostrare di contro una prima esigenza di lusso e oggetti del benessere che diverranno la base culturale del boom economico: aspetto che porterà alla degenerazione disparitaria della società italiana e che Visconti condanna apertamente sin da questo momento, disapprovando al tempo stesso anche il divismo quale immagine prefabbricata che annulla l'autenticità umana di ognuno.

Magnani è tuttora l'icona indiscussa dell'italianità e del divismo femminile degli anni Cinquanta, emblema di una femminilità forte e sincera, anche nelle debolezze e nell'emotività consustanziali alla vita come mostrato nel personaggio di Maddalena; inoltre, volto cinematografico caratterizzato da autenticità umana, antropomorfa e anti-divistica per l'appunto, veniva spesso fotografata anche nelle uscite pubbliche senza trucco e artefazioni, ridotte al minimo anche in *Bellissima* a partire dall'uso dei costumi, l'elemento materiale più prossimo al corpo attoriale e che ne costituisce l'immagine o, come già detto, la pelle viva del personaggio. In questo film, infatti, i costumi aderiscono perfettamente alla femminilità prorompente di Magnani grazie a una particolare scelta stilistica di Piero Tosi e Visconti stesso che la aiutò a creare aderenza realistica a un modello antropologico di donna del tempo al quale lei, borghese e non popolana, non apparteneva nella vita vera. Tosi, costumista allora alle prime armi, su richiesta di Visconti costruisce il personaggio Maddalena-Magnani grazie alla manipolazione materiale del suo look, e a partire da abiti e acconciature semplici e autentici. Per ottenere tale veridicità e far sentire la diva una popolana del Prenestino, sceglie abiti usati che abbiano già la "vita intrisa" nelle pieghe e nelle deformazioni delle stoffe (FAMILIARE e LOMBARDI, 2006, p. 10), da conformarsi sul suo corpo a partire da un precedente vissuto, per renderla in tal modo un personaggio umanamente autentico, e non un manichino vestito bene, anche tramite i costumi.

I costumi, come Visconti ha imparato sin dall'esperienza di costumista sui set di *Re-noir*, parlano e hanno una lingua propria data dalla loro materialità: la trama, i colori, il design, ecc. In tal caso proprio la deformazione della materialità delle stoffe data dal precedente uso dona a Magnani una nuova vitalità espressiva che proviene dal vissuto di un altro corpo, in grado di portare tratti della vita precedente sul corpo divistico dell'attrice e di produrre un realismo dei suoi abiti che non si ottiene semplicemente invecchiando un capo nuovo, come si faceva e come si fa tuttora materialmente nelle produzioni cinematografiche. In tal modo la vita di un capo di abbigliamento è in grado di creare un discorso e un'estetica che dialogano prima con l'attrice – divenendone addirittura la seconda pelle come affermava Tosi, ovvero la prima pelle del personaggio e dunque l'unica immagine che quel personaggio assume nella storia –, e successivamente con lo spettatore, poiché egli interpreta e comprende l'immagine della diva-personaggio (Magnani-Maddalena) in un tutt'uno con l'abito e con la moda che questo rappresenta, come anche di ogni elemento del vissuto che l'abito stesso esprime – e com'era già accaduto con i costumi poveri e sgualciti di Calamai in *Ossessione*.

### ***Boccaccio '70: corpi erotici e corpi di moda in un film d'autore collettivo.***

*Il lavoro* è l'opera di Visconti che allontana definitivamente l'immagine delle donne popolane e umanamente autentiche del dopoguerra da quelle degli anni Sessanta, dai look borghesi, corruttibili dal denaro e dal lusso come nel caso di Pupe. L'episodio segue le direttive, politiche e narrative, del film collettivo (a episodi) *Boccaccio '70*, che ha alla sua base una complessa simbolica della "discorsivizzazione sessuale italiana" da far emergere con toni critici e di declamata denuncia sociale, specialmente in merito alle disuguaglianze di genere nella coppia (NÚÑEZ GARCÍA, 2011). Il film, di fatto, è la risposta intellettuale e progressista alle regolamentazione statale del sesso e alla cultura della demonizzazione e di contro dell'esaltazione del corpo erotico delle donne nell'Italia del boom economico. Si può affermare che si tratta del "manifesto filmico" di una prima liberalizzazione dei costumi sessuali seguita alla legge Merlin e istituita, socialmente, in netta controtendenza con la normazione morigerata e conservatrice. Il film delinea infatti i contorni di una nuova mentalità nazionale ancora di natura "anfibia", in bilico tra cattolici di destra e centro-destra, e sovversivi progressisti e intellettuali di sinistra, in contrasto tra di loro in merito ai temi politici derivati dai nuovi costumi sessuali del paese. In questa condizione socio-culturale in mutamento, il complesso insieme simbolico dei valori moralistici appare "sgretolato" di fronte al moderno stile di vita degli italiani, e in tal prospettiva progressista, il film mostra una prima immagine allegorica o una complessa "simbolica sessuale nazionale" in anticipo sul Sessantotto fondata sulla riappropriazione del corpo erotico delle donne e sulla democratizzazione delle pratiche sessuali nella coppia sposata; questa discorsivizzazione sociale del sesso è espressa anche tramite la moda (costumi) che proprio il cinema, da questo momento, promulga quale maschera sociale in grado di "etichettare" le persone grazie alla materialità dei beni indossati o di consumo, ideologie e modi di essere, proprio come accade nel reale. Questa forma di "etichetta da indossare" nel corso degli anni Sessanta porterà anche a un avvicinamento sociale tra classi differenti attuato tramite il mascheramento "modaiolo": si precisa che grazie al cinema, alla televisione e alle riviste in generale, la moda stessa si attesta come un medium che è parte fondante del sistema mediale integrato (BARTHES, 1967), in grado di accomunare in un'unica immagine sociale (e modaiola) tutti coloro che indossano gli abiti "pronti per l'uso" e a disposizione di tutti nei grandi magazzini di tutte le città. Gli abiti, in questa prospettiva, sono "un tramite" che pone tutti sullo stesso piano, proprio come ogni medium del tempo (Morin, 1962). La moda quale medium diventa uno strumento della cultura di massa che integra le classi, in modo addirittura sincretico, unificando e plasmando l'immaginario collettivo che in tal maniera può essere "indossato" anche in modo standardizzato. Di questi standard si nutre *Boccaccio '70* per definire i nuovi modelli di femminilità all'avvento del boom economico, stereotipi quasi sempre sessualizzati perseguiti con dovizia di particolari (accessori e acconciature) dalla grande maggioranza delle donne del tempo.

Gli episodi di *Boccaccio '70* portano dunque in luce, tramite la moda, i nuovi stereotipi femminili legati all'immaginario sessuale in cambiamento, specialmente a partire da un avanzamento anticonformista inerente i costumi sociali del cosiddetto "sesso debole", avviato da anni sulla strada della lotta per i diritti delle donne e finalmente pronto a divincolarsi dai vecchi legami culturali con la tradizione. In tal prospettiva narrativo-rappresentazionale le donne protagoniste di queste storie appaiono nei modi seguenti:

1. Ne *Le tentazioni del dottor Antonio* (Fellini), una diva famosa (Anita Ekberg) la cui immagine erotica in stile maggiorata è prestata a forma pubblicitaria, sovrasta lo sguardo maschile e i sensi dell'altro sesso che è in tal modo ridotto a "soggetto desiderante", annullando ogni bigotto e moralistico pregiudizio cattolico anche nei più fervidi sostenitori della censura;
2. Ne *La ruffa* (De Sica), una prostituta (Sophia Loren), anch'essa dal corpo erotico in stile maggiorata, con disinvoltura e simpatia vende il proprio corpo sperando di migliorare il suo futuro, ben conscia del valore monetario che il "sesso a pagamento" va assumendo in misura sempre maggiore;
3. Ne *Il lavoro* (Visconti), una contessa elvetica (Romy Schneider), donna alla moda e progressista che indossa solo abiti Chanel, ricatta il marito fedifrago vendendogli le sue prestazioni sessuali agli stessi prezzi delle prostitute "d'alto bordo";
4. In *Renzo e Luciana* (Monicelli), un'impiegata di un'industria milanese (Maria Solinas), giovane donna che indossa abiti pronti per l'uso, dunque dal look semplice e standardizzato, ma con forti ambizioni di rivalsa sociale, inizialmente è disposta a nascondere di aver contratto matrimonio con un altro impiegato e a rinunciare alla procreazione per mantenere il posto di lavoro, al fine ultimo di potersi permettere lo stile di vita "piccolo-borghese" promosso dal boom economico e tanto desiderato ormai da tutti.

Nell'insieme del film emerge un quadro molto complesso sulla nuova sessualità femminile che principalmente intende mostrare, tra sacro e profano o tra utopia e realtà (come negli episodi di Monicelli, Fellini e De Sica), e tra scandalo e banalità (come nell'episodio di Visconti), una serie di condizioni psico-socio-antropologiche riferite ai comportamenti sessuali, alle regole del matrimonio e ai soldi legati al sesso. Si evince una ricca discorsivizzazione sociale del corpo femminile con un'interessante differenziazione tra popolane (la prostituta-Loren), popolane in ascesa sociale (l'impiegata-Solinas), dive del momento (la diva-Ekberg) e nuove borghesi (la contessa-Schneider); mentre il tema centrale di tutti gli episodi, come detto sopra, è la vita sessuale degli italiani alle porte del boom economico, con particolare attenzione alla questione gender nelle sue diversificate forme e linguaggi simbolici (PRAVADELLI, 2012), alla prostituzione dilagante in forme disparate e disinibite, nonché alle nuove problematiche del lavoro femminile nelle industrie del nord del paese, che da un lato alimentano il boom economico e la crescita economica offrendo lavoro a uomini e donne, mentre da un altro castrano i diritti delle "sesso debole", specialmente dal punto di vista del diritto alla prole, che diventa moneta di scambio per mantenere il posto di lavoro.

In questo film è evidente come il corpo femminile, erotizzato o de-erotizzato principalmente grazie all'uso della moda e delle mode del tempo, simbolizza il “contesto culturale” legato alle pratiche sessuali libere o di contro castrate, condotte dalle protagoniste dentro e fuori il matrimonio. Inoltre, particolare attenzione è dedicata alla prostituzione, abolita dalla legge Merlin e dunque praticata nell'illegalità con nuova disinvoltura (*La riffa*); al corpo erotizzato delle donne e all'amore libero vissuto dalle giovani coppie, in contrasto con la morale cattolica (*Le tentazioni del dottor Antonio*); all'amore demitizzato dal matrimonio, inteso quale struttura giuridica e accordo economico tra due parti (*Il lavoro*); o al matrimonio e alla prole negati nel caso delle donne impegnate nel lavoro (*Renzo e Luciana*).

Al centro di ogni episodio vi è dunque il racconto di fatti relativi a personaggi femminili in lotta contro pregiudizi e azioni patriarcali, maschiliste e anche censorie attuate ai loro danni, sempre sessualmente in conflitto con i maschi. A partire dall'immagine “sessualizzata” della donna (come suggerito anche nei manifesti del film nei quali il corpo erotico femminile è portato in primo piano), gli autori hanno simbolizzato una variegata discorsivizzazione sociale del corpo erotico allo scopo di “mettere a nudo” la vita intima degli italiani e la contrapposizione nei pensieri sessualizzati dei due sessi. In tutti gli episodi l'intimità e le scelte di vita sessuale sono oggetto diretto del racconto, e, nei termini di Giddens, fanno emergere il privato nella sfera pubblica (1992), anche in modo dissacrato e con aspetti tipici della commedia del tempo che sfociano nel drammatico, nel grottesco e nell'ironia graffiante: il film, infatti, nella sua totalità designa i contorni di una nuova “mentalità nazionale”, più aperta ma ancora forgiata sulla *clericalizzazione* dell'istituzione familiare (come anche di tutte le più importanti istituzioni pubbliche nazionali), al tempo stesso costantemente messa in dubbio nelle abitudini sessuali concrete, sottintendendo nei comportamenti delle protagoniste di questi episodi la promulgazione di idee progressiste alla base di una simbolica sessuale in apertura e in anticipo sul Sessantotto, pronta a liberarsi dei precedenti limiti culturali che ancora ingabbiavano la stessa rappresentazione della sessualità nei film, e che si presentava in modi vari, ma non sempre espliciti e spesso mascherati in forme simboliche (MAINA e ZECCA, 2015; BUSETTA e VITELLA, 2020).

### **Caso di studio: il corpo femminile “al lavoro” e l'identità sociale “in maschera” nell'immagine viscontiana di Schneider-Pupe-Chanel**

Le protagoniste indiscusse di *Boccaccio '70* sono essenzialmente le donne “moderne in potenza”, pronte ad affrontare ogni dolore e sacrificio pur di avanzare sulla strada dei diritti di genere e nel mondo del lavoro<sup>3</sup>; tra queste assume un ruolo ambiguo e la tempo stesso innovativo e provocatorio Pupe, vestita in abiti Chanel (fig. 3) per simbolizzare, tramite la maschera sociale della moda, il discorso progressista insito nelle ideologie del marchio (NEUMANN, 2017), e quello sulla sessualità femminile nel matrimonio aristocratico e borghese del tempo.

<sup>3</sup> Missero (2017) ha presentato uno studio vasto sull'immagine al femminile nel cinema a episodi del tempo, evidenziando la ricchezza di temi inerenti la sessualità.

FIGURA 3 - ROMY SCHNEIDER NE *IL LAVORO* (1962) DI LUCHINO VISCONTI

FONTE: Cineriz, Concordia Compagnia Cinematografica, Francinex, Gray-Film

Pupe, infatti, è l'immagine della donna ricca dei nuovi tempi; è un'immagine femminile verso la quale tendono tutte le donne dell'epoca, anche quelle non ricche, poiché tutte ormai si rispecchiano nei modelli proposti dal divismo (PIERINI, 2015). La donna del tempo non si immagina più madre di famiglia, contadina, artigiana, maestra, infermiera e donna di casa, e il nuovo modello estetico prevede capelli corti, vestiti alla moda, trucco ben evidente ed esibizione del corpo e della sensualità nei modi e nei comportamenti di ogni giorno; ma, nonostante tale immaginario collettivo in trasformazione, le donne sono ancora succubi della sessualità istituzionalizzata dalle regole del talamo secondo la cultura cattolica nazionale, nonché "intrappolate nel matrimonio" per la mancanza di una legge sul divorzio.

Pupe, nella parabola viscontiana della modernità femminile e della ancora imperante società italiana maschilista, solo apparentemente liberale ed esclusivamente incentrata sul denaro (boom economico), rappresenta l'immagine di una moderna principessa protagonista di un'anti-favola (storia senza lieto fine per la protagonista) con al centro del racconto il contesto (disumanizzato poiché svuotato di emozioni sane) della prostituzione matrimoniale, un concetto provocatorio che intende svelare, secondo il pensiero socio-politico viscontiano, il ruolo ancora subalterno delle donne nella sessualità matrimoniale, provocando la censura cattolica, i benpensanti e i conservatori impegnati a preservare le regole bigotte del cosiddetto buon costume nazionale, enunciato da tutti ma non praticato nella concretezza.

*L'anti-favola di Pupe*

“C’era una volta in Italia Pupe”, una bella contessa elvetica spostata al conte italiano Ottavio (Tomas Milian). I coniugi abitano in un ricco palazzo di Milano e conducono una vita mondana, annoiata e banale; ma presto Pupe, tradita dal vizioso marito che sessualmente preferisce le prostitute “d’alto bordo”, scopre, insieme ai tradimenti resi pubblici da uno scandalo di portata internazionale, anche i conflitti interiori dell’essere una donna senza identità e utilità alcuna, etichettata dal titolo nobiliare e vestita di abiti di lusso, ma priva di personalità e specialmente di autonomia di pensiero e d’azione ai fini della sua stessa sopravvivenza.

La coppia vive di rendita e conduce un’esistenza inutile anche a loro stessi, soffocati dall’immagine perbenista di ricchi aristocratici che li rende oggetto d’interesse della cronaca scandalistica europea. Sono sposati da soli 13 mesi e i loro rispettivi patrimoni, motivo dichiarato a fundamenta della loro unione coniugale, sono intestati al ricco padre di Pupe e conservati in una banca svizzera per evitare la tassazione italiana. Il padre della donna è convinto del buon matrimonio d’affari fatto da sua figlia ma non della scelta dell’uomo, e quando la stampa internazionale pubblica uno scoop sulle attività di piacere illecito del conte Ottavio, non ammettendo né lo scandalo né l’uso del denaro di famiglia per scopi di sollazzo sessuale da parte del genero, blocca i conti dei due coniugi. Pupe, apparentemente tranquilla ma profondamente ferita, rimasta anche senza denaro, scommette con il padre di trovare presto un lavoro che la renderà libera da questa schiavitù economica verso il patrimonio di famiglia e verso il patriarcato; lo scopo reale è quello di riappropriarsi di un’identità “viva e vera”, tratti essenziali di una sana esistenza umana che, come Visconti ha spiegato in *Cinema antropomorfo*, si possono trarre solo dal lavoro, ovvero quell’attività creativamente produttiva per se stessi e per gli altri che rende l’uomo e la donna attivi e soddisfatti della propria vita. Pupe, desiderosa di una personalità libera da schemi culturali di contro alla bigotta condizione aristocratica che vive e che sente non essere più al passo con le grandi trasformazioni sociali e liberali del tempo, ricerca innanzitutto un senso di utilità che sconfigga la noia e la banalità esistenziale indotta da una vita agiata “preconfezionata”.

Come in ogni favola che si rispetti anche Pupe deve trovare l’antidoto per salvare la situazione, per cui pensa all’unica via possibile che possa portarla fuori dagli schemi in cui è ingabbiata in quanto donna e contessa: per salvarsi deve lavorare come ogni donna comune o meglio appartenente (solo idealmente) alle classi basse; purtroppo, nonostante i discorsi progressisti, si accorge presto di non essere adatta a nessun impiego e la soluzione più consona diviene quella di proporre al marito l’acquisto del suo corpo, tramutando il rapporto coniugale in “prostituzione matrimoniale”. Purtroppo, quella che era nata come una specie di provocazione, viene subito accolta da Ottavio, che si adatta alla proposta senza remore.

*Il tema del lavoro*

Il lavoro, tema centrale nell’analisi psico-socio-antropologica che Visconti compie intorno alle trasformazioni umane del suo tempo, rappresentandole in tutti i suoi film, nella vita vera costituisce la spinta propulsiva dell’antropomorfismo umano, come dichiarava nel saggio del 1943 in cui spiegava come i potenziali umanizzanti indotti da ogni

attività lavorativa e creativa, e scelta liberamente, sia imprescindibile per l'affermazione di una sana esistenza, oltre che della costruzione della qualità della vita stessa, privata e sociale, di ogni persona; una questione che differisce se parliamo di donne, poiché al tempo, la protagonista del film, poteva solo parlare di lavoro, ma non agire ed essere in grado di compiere alcuna mansione concreta. Si tratta dunque anche di una questione di classi sociali, oltre che di genere, come mostrano i precedenti film *Ossessione* e *Bellissima* in cui le donne più povere lavorano per la sopravvivenza della famiglia. Il primo lavoro di Pupe, invece, è quello di essere moglie di un uomo che ella ha comprato (come espresso nel trattamento del film)<sup>4</sup>, salvandolo dalla bancarotta con l'unione dei loro rispettivi patrimoni. In tal modo il matrimonio d'affari ha consentito a Ottavio di salvare le aziende di famiglia, e a Pupe di sposare un conte italiano rispettando la regola nobiliare di sposarsi tra pari in un tempo in cui i titoli aristocratici, ormai decaduti da almeno cent'anni (come racconterà il successivo film *Il Gattopardo*), sono molto rari. Il lavoro vero, quello umanizzato e sano, avviene fuori dalle mura del palazzo, poiché non solo i due conti non lavorano, ma anche la servitù e gli avvocati che lavorano concretamente nel palazzo non sembrano mai condurre azioni che rientrino nella descrizione di un lavoro utile per gli altri e costruttivo per se stessi, o creativo così come descritto da Visconti nel suo saggio.

In tal ambiente intimista umanamente degradato, fortemente caratterizzato dall'egoismo dei protagonisti e dalla loro inutile e inerme esistenza che li ha svuotati di qualsiasi ideale esistenziale, non c'è spazio per nessuna idea di lavoro umanamente sano, collettivista e paritetico. Le uniche attività lavorative rappresentate (servitù e avvocati) possono solo presumere di svolgere un servizio utile, ma essenzialmente rivolto a soddisfare i soli bisogni superflui di questo piccolo nucleo familiare, composto da gente ricca e viziata capace di pensare solo al proprio piacere e alla ricchezza, infine inutili a loro stessi e agli altri. La stessa Pupe, che sente di doversi affrancare dal padre e dal marito attraverso un lavoro, non riesce a pensare ad altro impiego se non a quello della "prostituzione matrimoniale", per salvare senza sforzi il matrimonio e la sua ricca esistenza che necessita di lusso e libertà dagli impegni seri.

L'argomento svelato dietro le quinte della patina del lusso e dei vizi di Pupe e Ottavio, è la loro perdita dell'antropomorfismo umano, che in questo film testimonia una nuova mutazione psico-socio-antropologica della borghesia, o l'avvento di nuovi nobili-industriali protagonisti del boom economico che non lavorano concretamente, ma vivono in ricchi palazzi, tra vizi e perversioni sessuali, e da dove guidano le aziende non con il lavoro concreto ma con l'abuso di potere consentitogli dal ruolo di padroni del sistema capitalistico, circondati come Ottavio da avvocati pronti a coprire ogni scandalo, anche il più banale come quello sessuale, nutrendo la censura e la stampa scandalistica (GIORI, 2012) di inutili notizie.

<sup>4</sup> Luchino Visconti e Suso Cecchi d'Amico, trattamento "Il lavoro", ACS di Roma, Fondo Ministero del Turismo e dello Spettacolo (fasc. CF3616, busta 303).

*Il “discorso” e le ideologie della moda: il progressismo di Chanel o la maschera sociale di Pupe*

Pupe veste Chanel poiché è alla ricerca di una nuova identità, progressista e liberale (GIDEL, 2010); si tratta di un’urgenza anche in termini di classe sociale, motivo che la spinge a cercare nella moda indossata un mascheramento atto a dimostrare la sua elasticità culturale nel trapasso a una nuova condizione femminile, nel suo caso solo apparentemente libera da schemi di genere e dalla prevaricazione maschilista, sia nella vita privata che in quella sociale e lavorativa.

Pupe veste Chanel, lo dichiara anche in una battuta nella parte finale del film, quando richiama il marito per non aver notato che indossa una vestaglia da notte ormai vecchia (di un mese), ma del marchio Chanel. Per tutto il film la vediamo impegnata in tre cambi d’abito nel giro di poche ore, e appare in scena, nuda o in esemplare eleganza, indossando abiti Chanel chiaramente riconoscibili nello stile della stilista francese. Chanel in persona è amica di vecchia data del regista, che la chiama a realizzare il look di Pupe poiché in quegli anni il suo stile, appena rivitalizzato, rappresenta l’immagine di classe delle donne ricche e moderne dei nuovi tempi; inoltre, la stessa Romy Schneider in questo periodo della sua vita veste Chanel e ha stretto con lei un profondo rapporto di amicizia destinato a durare fino alla morte della stilista avvenuta nel 1971.

In questo episodio, dunque, Pupe indossa abiti del marchio Chanel, e Coco Chanel in persona veste sia Schneider nella vita vera, sia Schneider/Pupe sul set, in uno scambio reciproco di significati e di valori mediali che riproducono ciò che Dyer ha descritto come fenomeno dello “sconfinamento” del divismo (1979). Si crea in tal modo un realismo espressivo che si confà all’immagine o look attuale del personaggio, all’apparenza moderno così voluto da Visconti e anche dalla stessa Schneider che deve immedesimarsi pienamente nel ruolo, e nel rispetto dell’idea di donna moderna che Chanel intende vestire ai tempi, quando indossare i suoi abiti era simbolo di un’identità femminile libera da schemi culturali, segno di modernità e di benessere economico.

Questo tipo di immagine che la moda della stilista francese ha sempre promosso e sponsorizzato con i propri abiti “antifemminili” o de-erotizzanti il corpo delle donne – e che per comunicare questo principio appiattiscono il petto e coprono le forme modificando la silhouette attraverso linee orizzontali e stoffe rigide che cadono sul corpo quasi come una “divisa” –, deve far apparire Pupe come una donna moderna capace di esibire una personalità affrancata dai precetti maschilisti con i quali deve invece combattere quotidianamente per ritagliare un suo spazio “attivo” nella vita del marito. Chanel intende vestire donne forti, libere e indipendenti che riescono a fare delle scelte in autonomia e per loro opportune – come ella stessa ha fatto in alcune circostanze della sua vita –, e il look di Pupe è segno di questa idea di modernità, purtroppo in questo caso solo “in potenza” poiché impossibile da realizzarsi in modo concreto in una donna emotivamente e socialmente incompiuta. Pupe, infatti, può solo parlare di utopici ideali progressisti (come avviene nei dialoghi con il marito e con gli avvocati), come anche indossarne alcuni simboli (la moda Chanel che ama vestire), ma non vivere in prima persona un’esistenza autenticamente moderna: quando nel corso del film si spoglia, rimanendo completamente nuda per immergersi nella vasca da bagno,

senza gli abiti Chanel che la fanno sentire forte, appare in un'immagine non erotica, ma simbolica della perdita dell'identità in atto; le competenze antropomorfe apparentemente esibite nello stile Chanel che indossa quotidianamente, ma che non possiede realmente, si dissolvono nella nudità della sua figura. Gli abiti, dunque, affermano che Pupe vorrebbe essere libera e disinvolta secondo i principi del marchio Chanel, ma è invece ingabbiata nel suo classicismo in modo ineludibile, e denudata di ogni idealismo di fronte alla necessità di denaro e del lusso.

Pupe, donna-simbolo della modernità che nel corso degli anni Sessanta trasformerà radicalmente l'immagine e il comportamento delle donne italiane, è dunque costretta a nascondere la sua "anima in fermento" dietro alla maschera del conformismo di moda che simbolizza uno status identitario ricercato e non di ontologica appartenenza. La griffe francese esalta la libertà (ideale) del sesso femminile che le manca in ogni suo aspetto vitale, falsamente "vivo e vero" poiché de-antropomorfizzato da una vita condotta senza quegli impegni lavorativi che nella quotidianità stimolano la creatività.

Infine, si può affermare che il look francese proposto da Chanel, nuovo e al passo con i principi che Pupe "indossa" per crearsi una nuova immagine di donna moderna autonoma nelle scelte e in possesso del suo corpo e della disposizione sessuale di esso, testimonia il tentativo della protagonista di costruirsi un'identità (falsa) che dia alla sua vita una prospettiva esistenziale ed emozionale valevole di qualche valore umano nuovamente antropomorfo o meglio "vitale e autentico". Ottavio, invece, ha scelto i marchi Louis Vuitton e Ray-Ban, accessori di moda per conformarsi alla "classe" dei nuovi ricchi e al tempo molto usati negli ambienti del divismo, simulacri imprescindibili del classicismo alla moda.

In questo quadro familiare de-antropomorfizzato, i personaggi stessi, completamente asserviti agli ambienti barocchi in cui abitano e vivono, sembrano essi stessi simulacri o oggetti del ricco mondo del quale fanno parte e senza cui le loro esistenze non avrebbero alcun senso, come prova la regia inquadrandoli spesso in campo lungo circondati dalle "cose" di lusso che testimoniano costantemente l'appartenenza alla classe nobiliare. I personaggi sono dunque mostrati spesso da un'apparente distanza teatrale, come dei burattini (uomini senza personalità e carattere) che si muovono in uno spazio scenico chiuso e limitato, e quindi rappresentati-raccontati come parti di un mondo fatto di oggetti e arredamenti di lusso che appaiono in primo piano rispetto agli uomini stessi ai quali appartengono, definendone e connotando il loro rango: dunque non sono solo gli abiti Chanel e gli accessori Louis Vuitton a definire il mondo opulento di Pupe e di Ottavio, ma anche gli enormi ambienti del palazzo carichi di mobili rococò, quadri, tappezzerie, argenterie, ceramiche, porcellane, ecc.

Cosicché, in tal nobile e ricco mondo, i personaggi, umanamente sbiaditi, appaiono come i riflessi di questi oggetti lussuosi, dunque divenuti anch'essi come dei "soprammobili di lusso", tanto autentici quanto allo stesso tempo falsi nella loro impossibile o mancata essenza umana "viva" e "vera". In questo discorso filmico, quella che può sembrare una contraddizione è invece l'anima vera di questo scenario, in cui ogni oggetto o arredamento di scena è un pezzo d'arte autentico o un originale, ma allo stesso tempo, nonostante l'alto

valore intrinseco, pura “materia” inanimata, quindi non “viva” dal punto di vista antropomorfo e di contro “finta”, un apparato semantico che serve solo a creare “l’immagine” della ricchezza distintiva di una classe, quindi non capace di simbolizzare dei valori umani “veri” imputabili ai possessori di questi stessi oggetti. Rispetto alla funzione antropomorfa delle “cose” di scena riprodotte in *Ossessione* o ne *La terra trema*, sulle quali si proietta l’aspetto “vivo” e “vero” dei personaggi ai quali queste appartengono, in questo film si invertono i poli della proiezione: sono infatti le “cose” di scena a riflettere sui personaggi la loro essenza inanimata di oggetti di rappresentanza; e se nei primi film gli uomini (poveri) davano vita “virtuale” alle loro cose proiettando su di esse aspetti antropomorfi che contraddistinguono i personaggi, in questa prospettiva sono le cose, più importanti degli uomini stessi, a dare la loro essenza (rappresentativa e inerme) a chi le detiene, come gli abiti Chanel che danno a Pupe la convinzione di essere un certo “tipo di donna”, indipendente e libera da schemi culturali.

Nel corollario simbolico di ricchezza e potere dell’aristocrazia nobiliare ereditato dai borghesi del tempo, rientrano anche le “persone” che ne fanno parte, e che sono dunque anch’esse delle “etichette” di quel mondo, uomini “falsi” dal punto di vista antropomorfo la cui arida esistenza, vuota di sentimenti umani “vivi” e “veri”, è contraddistinta dalla sola “apparenza” e mai dalla sostanza. Ed è proprio la mancanza d’amore nelle loro vite a fare da sfondo autentico e drammatico alla trama del film, in cui i personaggi, alla ricerca di affetto, non trovano altra espressione delle loro passioni che nel solo banale divertimento, un’antidoto alla noia quotidiana ritrovato da Ottavio nelle orge e da Pupe nella patina glamour del lusso, maschera della fragilità emotiva data dalla mancanza totale di sentimenti sani e dell’autocoscienza umana: Pupe, guardandosi allo specchio inquadrata in primo piano, riflette pienamente la sua immagine di donna sola che ricerca nel suo doppio “virtuale” qualcosa che non trova, ma sulla cui bellezza esteriore e materiale può sicuramente contare, soddisfacendo pienamente il suo effimero desiderio narcisista di bellezza; ed ella dunque, che come Narciso si guarda allo specchio alla ricerca della conferma del suo fascino, rappresenta l’immagine di un “nuovo Narciso della modernità”, intimamente innamorata di se stessa e del suo bellissimo corpo che veste e sveste in un continuo rito di esibizione delle sue grazie e della sua femminilità, l’unico “dato certo” sul quale sembra poter contare per esprimere qualcosa della sua “personalità” frivola e instabile. Pupe infine, tradita dal marito e donna inutile in ogni sua possibile attività quotidiana di ricca contessa che trascorre le giornate “senza far nulla” di serio (impegnata solo nei diversi cambi d’abito di rappresentanza), nonostante la sua raffinata bellezza comprende di non costituire un reale interesse “sessuale” per il marito e avverte finalmente la sua totale inutilità umana, legata non solo alla “vuota” quotidianità, ma anche alla sua (e alla loro) incapacità al lavoro; e una volta compreso di non essere adatta a nessun impiego vero, realizza anche che l’unico lavoro (non lavoro) possibile per lei è quello di tramutare la situazione di “inutilità” in cui versa in fonte di “rendita nuziale”.

Questo film narra quindi la disfatta dei valori nuziali del presente e specialmente dei ruoli di marito e di moglie nella coppia borghese, con una focalizzazione conclusiva su quello di moglie che Pupe deve trovare in una nuova affermazione identitaria (prostituta contro moglie), e che, nella nuova prospettiva sociale “consumistica”, trova spazio nella mer-

cificazione del sesso. Pupe, in tal modo, può vendersi al marito invece di “donarsi” gratuitamente come l’etica matrimoniale impone in modo imprescindibile, preannunciando un tema che diverrà uno dei nuovi baluardi della rivoluzione sessuale del Sessantotto e che vedrà proprio le donne impegnate in prima linea contro ogni condizione che le rende oggetto sessuale. Inoltre, in una siffatta società del “denaro”, tutto ormai ha valore solo se pagato “caro”, per cui dare un prezzo al suo corpo è anche il mezzo più efficace per aumentare la sua desiderabilità agli occhi del marito. Dunque, in questo film, come spiega Miret Jorba (1989), il denaro e il sesso sono due elementi che, a simbolo della società capitalista, si ridefiniscono in simbiosi reciproca.

### *Pupe-Chanel in simbiosi simbolica*

La dialogica tra corpo di moda e corpo erotico a pagamento, costosi e di gran lusso, nasce sul set, non era presente in fase di ideazione del film e di scrittura, come testimonia l’adattamento dal romanzo di Guy de Maupassant. Nello scritto Pupe è l’immagine di una sposa-bambina ricca e viziata, vestita con abiti semplici e fanciulleschi di contro alla *mise* Chanel che sfoggia nel film e che la rende donna adulta ed emancipata dei nuovi tempi, manifesto dei principi di moda promossi da Chanel dei quali la protagonista vuole fregiarsi anche se, come già spiegato, non le appartengono. Nel trattamento si legge: “*Emanuela indossa una sottanina a pieghe e un golfetto che la fanno sembrare ancora più ragazzina di quanto non sia*”. Ma tra la sceneggiatura e il film interviene Coco Chanel in persona in veste di costumista. Cosicché nel film la figura di Pupe, grazie agli abiti Chanel, si trasforma da moglie-bambina, come descritta nelle parole di Cecchi d’Amico e Visconti, in donna moderna in grado di gestire la sua sessualità in modo autonomo, anche se doloroso, presentata come una contessa/principessa che, ritualmente, si sveste, si veste e si riveste per mettere in primo piano il corpo femminile garante della sua rivincita sociale (corpo vestito) e privata (nudità o corpo erotico). Pupe si spoglia due volte: la prima volta sveste il tailleur per fare il bagno, mostrandosi nuda; dopo il bagno si riveste indossando nuovamente un abito Chanel, ma questa volta da sera, per poi spogliarsi subito dopo e indossare una vestaglia da notte trasparente che lascia intravedere la silhouette sotto la stoffa di chiffon. Appare evidente in tal modo anche la dialogica simbolica insita tra abiti e nudità, o tra:

1. Corpo vestito, mascherato dei principi Chanel a scopi classisti e “radical chic”: la tendenza, in termini socio-antropologici, è in piena formazione, ma il concetto sarà coniato solo nel 1970 da Tom Wolfe negli Stati Uniti;
2. O corpo nudo, il corpo del peccato o dell’eros strumentalizzato per salvare il matrimonio (prostituzione matrimoniale).

Quando Pupe cambia costume per l’ultima volta, è ormai in attesa di Ottavio e pronta a cedere al loro primo rapporto sessuale a pagamento, ed è in questo momento di chiusura della partita condotta con Ottavio che ella nomina il marchio Chanel, dichiarando che il capo è del marchio francese, ma che si tratta di un capo ormai vecchio di un mese che il marito non ha notato prima, sottintendendo in tal modo che Ottavio non la guarda

e non è più attratto sessualmente dal suo corpo. Le trasparenze di questo costume scelto per la scena finale, drammatica e amara, denotano la capacità discorsiva della moda nella variante del suo uso “in trasparenza”, che da un lato, come nel resto del film, “parla con il suo stile” (nel caso Chanel ai tempi molto conosciuto in tutto il mondo), mentre da un altro lato mostra, nella simbolica della visione in trasparenza del corpo nudo, il lato umano, e fragile, celato dietro la maschera di moda. Pupe, infatti, per tutto l’episodio si è nascosta dietro la maschera sociale classista dell’alta moda e nei discorsi falsamente progressisti, attestando l’uso degli abiti come ulteriore forma di discorsivizzazione dei comportamenti pubblici (corpo vestito in abiti da giorno e da sera) e privati (corpo in camicia da notte), una dialettica semantica che, in termini filmici, mostra la moda come insieme di elementi simbolici di fondamentale importanza sia nella creazione dell’identità e del carattere dei personaggi, sia, conseguentemente, nella definizione dell’immagine divistica di Schneider e di quella femminile in prospettiva gender. Quest’ultima è sottolineata sia nello stile de-erotizzato degli abiti da giorno e da sera, sia in quello più sexy proposto nelle trasparenze della vestaglia da notte della la scena finale: Pupe appare distesa sul letto in attesa di Ottavio, e come testimonia anche la vestaglia trasparente è ormai disposta a cedere su ogni falso principio progressista esposto fino a quel momento a gran voce, e a vendere il suo corpo al marito come un qualunque oggetto del piacere, una sconfitta rimarcata negli stilemi del corpo erotizzato dalla vestaglia al fine di piacere agli occhi del maschio e indurre attrazione sessuale con un indumento sexy. La scena, in una prospettiva più ampia, evoca la sconfitta morale delle donne nel matrimonio borghese e aristocratico, dove il patriarcato e il denaro in mano ai maschi definiscono ogni regola di condotta e di ruoli come dimostra la sottomissione di Pupe al marito, disposta al sacrificio finale del suo corpo (erotico e sociale), mentre Ottavio sventola su di lei l’assegno che sancisce il patto della prostituzione matrimoniale, e l’acquisto del corpo coniugale.

L’episodio si chiude con un primo piano di Pupe, un’inquadratura che stringe lentamente su un dettaglio dei suoi occhi in lacrime, palesando finalmente la sofferenza nell’atto di vendere il corpo al marito o di vendersi come una merce di lusso (MOULLET, 2012), dimostrando la totale sconfitta umana di entrambi i sessi oltre che del suo, in un matrimonio che si dimostra essere, come ogni istituzione preordinata, una gabbia inappropriata per la libera espressione dei sentimenti umani e dell’identità femminile.

Pupe, come dimostrano anche gli abiti, è dunque una donna idealmente, e solo potenzialmente, al confine tra modernità e tradizione alla quale è obbligata, intrappolata nella banalità dello scandalo e in quella del suo matrimonio di convenienza, incapace di mutare la sua condizione di donna asservita al denaro e al lusso secondo le sue ideologie *radical chic*.

Il film si conclude dunque con una visione ideologicamente distopica e non utopica dei rapporti coniugali standardizzati dalla tradizione cattolica e dalla giurisprudenza nazionale, nella chiara visione di una società in inarrestabile trasformazione degenerativa, solo apparentemente progressista, che nega il diritto alla libera espressione sessuale femminile e alla parità di genere, e attraverso il capitalismo (PARIGI, 2020) crea nuove disparità sociali che radicalizzano i problemi di sempre, come Visconti racconterà in prospettiva storica con *Il Gattopardo* proprio a seguito di questo episodio.

## Conclusioni

Tracciando una linea ideale che collega *Ossessione* a *Il lavoro*, passando per *Bellissima*, si evince una rappresentazione del corpo sociale femminile, e della sua caratterizzazione erotica (e gender), che ne mostra il cambiamento a partire dalla relazione di coppia instaurata dalle protagoniste nell'istituzione matrimoniale: in *Ossessione* il tradimento nuziale svela la passione erotica, e l'uccisione del coniuge testimonia il tentativo ultimo di distruzione di una convenzione istituzionalizzata della quale è difficile liberarsi altrimenti (è sottinteso il tema della mancanza di una legge sul divorzio); in *Bellissima* il corpo di Magnani è il corpo delle popolane che lavorano per vivere e che hanno trovato nel matrimonio la base costruttiva per una rivalsa sociale istituzionalizzata, mettendo anche da parte l'istinto sessuale e accettando il ruolo di subalternanza, gli abusi fisici e il maschilismo tipico della cultura nazionale; mentre ne *Il lavoro* Pupe, utilizzando il corpo erotico, dissacra ogni valore nuziale pur di ottenere il denaro che le garantisce di mantenere lo stile di vita aristocratico, rinunciando a ogni pensiero progressista che intanto si è instaurato nella sua mente, germe di ideali che condurranno, alla fine del decennio, alla rivoluzione sessuale.

I tre modelli donne, di vita e di pensiero "al femminile", dimostrano la centralità delle questioni sessuali nel matrimonio e nella coppia in tre differenti situazioni: quella in cui il sesso non è più rivolto alla formazione di una famiglia (prole), ma alla soddisfazione degli istinti e dei sentimenti mancati (*Ossessione*); quella in cui la donna è alla ricerca di una rivalsa sociale impossibile da ottenere poiché, se passa dal divismo, è pura utopia, mentre prevale l'istinto materno vissuto in un'esistenza intrappolata in dinamiche tradizionali e classiste difficili da mutare (*Bellissima*); infine quella delle donne ricche che in pieno boom economico e in lotta con una società maschilista rafforzata dalla loro posizione imperante nelle industrie e nella produzione del denaro, rinunciano al progressismo e ai sentimenti legati alla sessualità pur di mantenere il ruolo di mogli nei nuovi 'matrimoni d'affare' come quello di Pupe (*Il lavoro*).

L'immagine femminile di questi tre modelli di donne degli anni Quaranta, Cinquanta e Sessanta, corroborata dalla moda nelle forme che Visconti ha ritenuto più consona a svelare l'identità più intima delle tre protagoniste e al tempo stesso la loro immagine pubblica che maschera le rispettive sofferenze, costituisce una testimonianza psico-socio-antropologica molto importante della condizione femminile che si preparava alla rivoluzione sessuale, o gender come la definiremmo oggi.

## Bibliografia

BARTHES, Roland. **Systeme de la Mode**. Paris: Editions du Seuil, 1967.

BIONDI, Teresa. **Il cinema antropomorfo di Luchino Visconti**. Torino: Meti Edizioni, 2016.

BRUNETTA, Gian Piero. **Il cinema neorealista italiano**. Bari: Laterza, 2014.

BRUNO, Giuliana. **Surface: matters of aesthetics, materiality, and media**. Chicago: University of Chicago Press, 2014

BUSETTA, Laura; VITELLA Federico. (orgs.) **Stelle di mezzo secolo: divismo e rappresentazione della sessualità nel cinema italiano (1948-1978)**. *Schermi*, 4(8), 2020.

CALLEGARI, Giuliana; LODATO, Nuccio (orgs.) **Leggere Visconti: scritti, interviste, testimonianze e documenti di e su Luchino Visconti, con una bibliografia critica generale**. Pavia: Amministrazione Provinciale di Pavia, 1976.

CARDONE, Lucia. Dive nuove e aspiranti attrici: siamo donne (1953). *Agalma*, no. 122, 2011, p. 72-77.

CARLUCCIO, Giulia Anastasia. Suso Cecchi d'Amico. **Quaderni del CSCI. Rivista annuale di cinema italiano**, Roma, no. 11, 2015, p. 281-282.

CARLUCCIO, Giulia Anastasia; MORREALE, Emiliano; PIERINI, Maria Paola. (orgs.) **Intorno al Neorealismo. Voci, contesti, linguaggi e culture dell'Italia del dopoguerra**. Milano: Scalpendi, 2017.

CHIARETTI, Tommaso. Intervista con Luchino Visconti. **Mondo Nuovo**, Roma, no. 9, 28 febbraio, 1960.

CUCINOTTA, Caterina. How do the costume make the difference in the ethno-fiction films-fishermen communities in Sicily and in Portugal. **International Journal of Arts & Sciences**, 5(3), 2012, p. 247-252.

DI CARLO, Carlo; FRATINI, Gaio. (orgs.) **Boccaccio '70 di De Sica, Fellini, Monicelli, Visconti**. Bologna: Cappelli, 1962.

DI GIAMMATTEO, Fernaldo. (org.). La controversia Visconti. **Bianco e Nero**, Roma, XXXVII, 9-12, settembre-ottobre, 1976.

DONIOL-VALCROZE, Jacques; DOMARCHI, Jean. Entretien avec Luchino Visconti. **Cahiers du cinéma**, Paris, IX, 93, mars 1959, p. 1-10.

DYER, Richard. **Stars**. Londra: British Film Institute, 1979.

EDGAR, Morin **L'esprit du temps**. Paris: Grasset, 1962.

FAMILIARE, A. F, LOMBARDI, A. Intervista a Piero Tosi. **A.S.C. News**, Roma, no. 1, gennaio-febbraio-marzo, 2006. p. 10.

FERRERO, Adelio (a cura di). **Visconti: il cinema**. Tavola rotonda, rassegna cinematografica, mostra dei costumi. Modena: Ufficio cinema del Comune di Modena, 1977.

FERRERO, Adelio. **"La terra trema"**: un film di Luchino Visconti. Padova: R.A.D.A.R., 1969.

GANDIN, Michele. Storia di una crisi in "Bellissima". **Cinema**, n. s., Milano, IV, 75, 1 dicembre, 1951, p. 292-295.

GIDEL, Henry. **Coco Chanel**. Paris: Flammarion, 2010.

GIDDENS, Anthony. **The transformation of intimacy: sexuality, love and eroticism in modern societies**. Stanford: Stanford University, 1992.

GIORI, Mauro. **Scandalo e banalità**. Rappresentazioni dell'eros in Luchino Visconti (1963-1976). Milano: L.E.D., 2012.

GUERRA, Michele. **Invenzioni dal vero**. Discorsi sul neorealismo. Parma: Diabasis, 2015.

NEUMANN, C. E. (2017). **Chanel, Coco**. In.: GOETHALS, George; HOYT, Crystal. (eds). **Women and leadership: History, theories, and case studies**. Great Barrington: Berkshire Publishing, 2017.

KODA, Harold; BOLTON, Andrew. **Chanel**. New York: Metropolitan Museum of Art, 2005.

LAUREANO, Núñez García. Boccaccio '70. Imágenes y representaciones de la mujer en el cine italiano. **Revista Internacional de Culturas y Literaturas**, Sevilla, no. 10, 2011, p. 282-292; <https://revistascientificas.us.es/index.php/CulturasyLiteraturas/article/view/17918>, (ultima consultazione 30/10/2021).

MAINA, Giovanna; ZECCA, Federico. (orgs.) La sessualità nel cinema italiano degli anni Sessanta. **Cinergie**, n. 5, 2014.

MARZOT, Vera; TIRELLI, Umberto (orgs.) **L'arte del costume nel cinema di Luchino Visconti**. Roma: L'arte della Stampa, 1977.

MICCICHÈ, Lino. **Visconti e il neorealismo: ossessione, La terra trema e Bellissima**. Venezia: Marsilio, 1988.

- MIRET, Jorba. **Luchino Visconti: la razón y la pasión**. Barcelona: Dirigido, 1989.
- MISSERO, Dalila. Non solo bambole: lo stardom femminile della commedia a episodi e il dibattito sul cinema immorale (1964-1966). **Schermi**. Storie e culture del cinema e dei media in Italia, Milano, n. 1(1), 2017, p. 119-133.
- MOULLET, Luc. **La fiancée de Visconti**. Bref, Paris, gennaio-aprile 2012, p. 48-49.
- NOWELL-SMITH, Geoffrey. **Luchino Visconti**. Londra: Secker & Warburg - British Film Institute, 1967.
- PARIGI, Stefania. **Donne e streghe**. Le novelle di Luchino Visconti. In.: DE GRASSI, Massimo. (org.) **Luchino Visconti oggi: il valore di un'eredità artistica**. Trieste: EUT Edizioni Università di Trieste, 2020, p. 47-70.
- PARIGI, Stefania. **Il neorealismo**. Il nuovo cinema del dopoguerra. Venezia: Marsilio, 2014.
- PERRY Georges. Shock Troops. In.: **Sunday Times**, Londra, 29 June, 1969, giugno, p. 59-65.
- PIERINI, Mariapaola. Gli anni '60: corpi mutati e mutanti. In.: **Quaderni del CSCI**, Barcelona, no. 11, 2015, p. 100-115.
- PITASSIO, Francesco. **Neorealist Film Culture, 1945-1954**: Rome, Open Cinema. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2019.
- PRAVADELLI, Veronica. (org.) **Luchino Visconti**. Venezia-Roma: Marsilio e Edizioni di Bianco e Nero, 2000.
- PRAVADELLI, Veronica. Cinema e Feminist/Gender Studies oggi: percorsi molteplici tra teoria e storia. **Imago**, Mantova, vol. 6, no. 2, 2012.
- RONDI, Gian Luigi. Visconti: il neorealismo con me è nato come si è concluso. **Il Tempo**, Roma: 21 gennaio, 1974.
- SPERENZI, Mario. (orgs.) **L'opera di Luchino Visconti**: atti del convegno di studi di Fiesole 27-29 giugno 1966. Firenze: Tipografia. A. Linari, 1969.
- VISCONTI, Luchino. Cinema antropomorfo. **Cinema**, Roma: n. VIII, vol. II 173-174, 25 settembre-25 ottobre 1943, pp. 108-109.
- VISCONTI, Luchino. Oltre il fato dei Malavoglia. **Vie Nuove**, Roma, vol. XV, no. 42, 22 ottobre, 1960, p. 26-27.

## Filmografia

**Ossessione**, Luchino Visconti, 1943, Industrie Cinematografiche Italiane (ICI).

**Roma città aperta**, Roberto Rossellini, 1945, Excelsa Film.

**La terra trema**, Luchino Visconti, 1948, AR.TE.AS Film (uncredited), Universalvia Film.

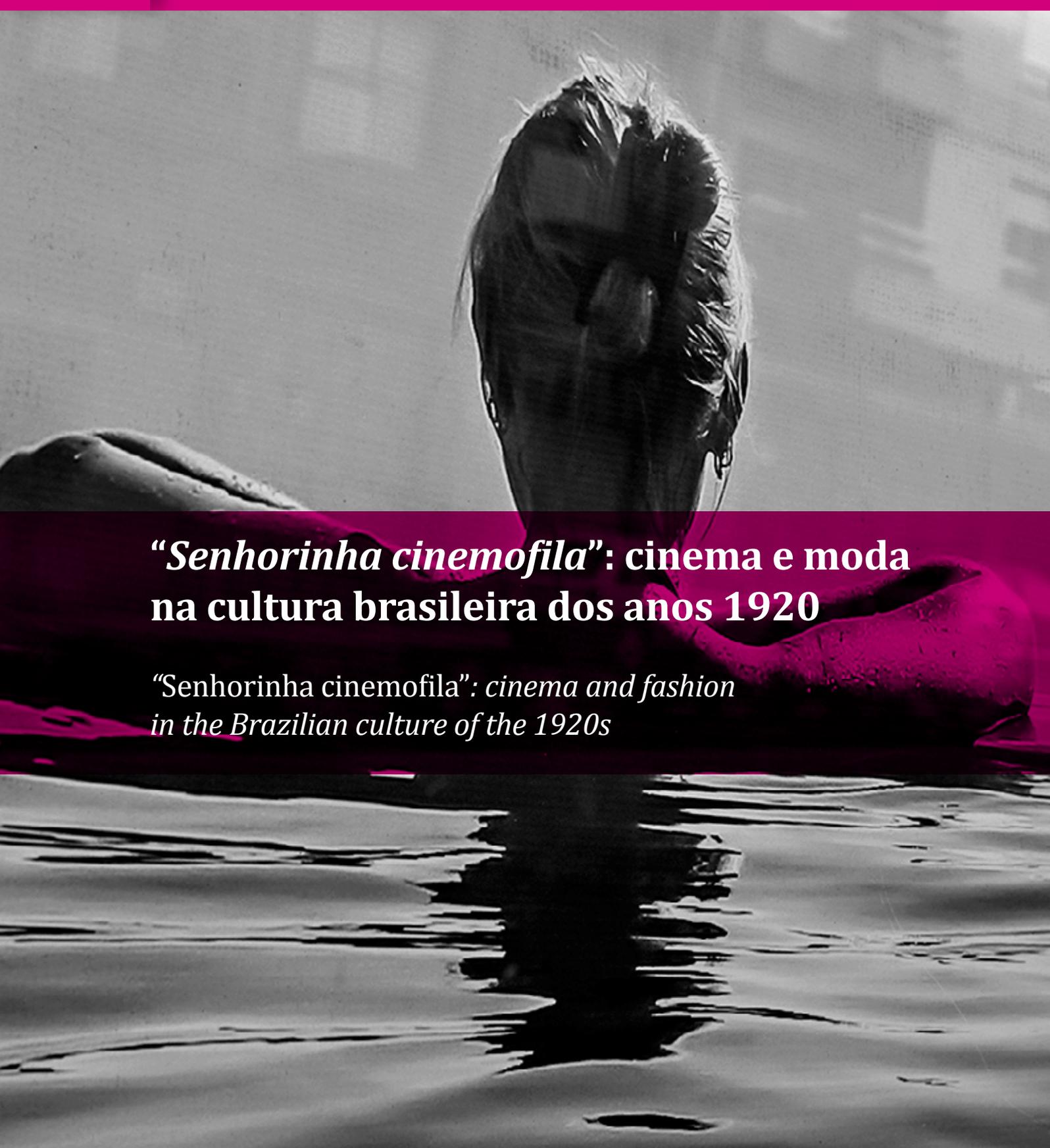
**Siamo donne**, 1953, Gianni Franciolini per l'episodio **Alida Valli**; Alfredo Guarini per l'episodio **Concorso 4 attrici 1 speranza**; Roberto Rossellini per l'episodio **Ingrid Bergman**; Luigi Zampa per l'episodio **Isa Miranda**; Luchino Visconti per l'episodio **Anna Magnani**; Titanus Film Costellazione Produzione (Costellazione Guarini).

**Bellissima**, Luchino Visconti, 1951, Salvo D'Angelo-Film Bellissima.

**Rocco e i suoi fratelli**, Luchino Visconti, 1960, Titanus (co-production), Les Films Marceau (co-production).

**Boccaccio '70**, Vittorio De Sica per l'episodio **La riffa**; Federico Fellini per l'episodio **Le tentazioni del dottor Antonio**; Mario Monicelli per l'episodio **Renzo e Luciana**; Luchino Visconti per l'episodio **Il lavoro**; 1962, Cineriz, Concordia Compagnia Cinematografica, Francinex, Gray-Film.

**Il Gattopardo**, Luchino Visconti, 1963, Titanus (Rome), Société Nouvelle Pathé Cinéma (as S.N. Pathé Cinéma), Société Générale de Cinématographie (S.G.C.) (Paris).



***“Senhorinha cinemofila”*: cinema e moda  
na cultura brasileira dos anos 1920**

*“Senhorinha cinemofila”*: cinema and fashion  
in the Brazilian culture of the 1920s

Tatiana Castro<sup>1</sup>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5721-1552>

Everton Vieira Barbosa<sup>2</sup>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2480-7397>

**[resumo]** Com o afincio de analisar a representação da feminilidade no cinema, que porta significados múltiplos, esse texto apresenta a importante relação entre cinema e moda nos anos 1920, revelando o poder de influência que esse veículo de comunicação teve nas experiências de vida de homens e mulheres que desfrutaram dos espaços de exibição. Para tal propósito, a metodologia consiste em realizar um breve panorama do impacto do cinema no meio sociocultural brasileiro da época e das modificações nos referenciais culturais de Paris para Hollywood, em termos de linguagem cinematográfica, e, finalmente, observar como a moda estava presente nessas transformações e como ela se destacou nesse contexto.

**[palavras-chave]** **Cinema. Moda. Cultura.**

**[abstract]** In order to analyze the representation of femininity in cinema, which carries multiple meanings, the current study presents the important relationship between cinema and fashion in the 1920s, revealing the powerful influence that this vehicle of communication had on the life experiences of men and women who enjoyed these exhibition spaces. For this purpose, the applied methodology consists in conducting a brief overview of the cinema's impact in the Brazilian socio-cultural environment at the time, the modifications in cultural references from Paris to Hollywood, in terms of cinematographic language, and, finally, observing how fashion was present in these transformations and how it stood out considering the scenario.

**[keywords]** **Cinema. Fashion. Culture.**

Recebido em: 09-12-2021

Aprovado em: 10-01-2022

---

<sup>1</sup> Doutoranda em História pela Universidade Federal Fluminense. E-mail: [tccastro6@gmail.com](mailto:tccastro6@gmail.com) Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3479187966268273>

<sup>2</sup> Mestrando em Patrimônio e Museu pela Universidade Paris 8. Doutor em História pela Universidade Federal Fluminense (UFF). E-mail: [semusico@hotmail.com](mailto:semusico@hotmail.com) Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3719090115264390>

## Introdução

Um novo modo de vida crescia no espaço urbano brasileiro dos anos 1920. As principais capitais, Rio de Janeiro e São Paulo, ampliavam cada vez mais o acesso aos filmes e à cultura cinematográfica por meio da leitura de revistas temáticas. Com isso, queremos dizer que o consumo do filme equivale à prática de ir a uma sala de exibição e assistir à obra, enquanto o consumo da cultura cinematográfica refere-se ao uso de tudo o que envolve o cinema, como os impressos que relatavam a vida dos atores, das atrizes, dos estúdios de produção, das salas de exibição, das crônicas, etc.

Ao pensarmos essa experiência moderna, movimentada e marcada pelas figuras ex-cêntricas das melindrosas, propomos analisar a obra literária de Benjamin Costallat *Made-moiselle Cinema* (1923) e sua repercussão em alguns periódicos. Em seguida, abordaremos a obra literária de Victor Marguerite (1922) e a primeira versão fílmica francesa de *La Garçon-ne* (PLESSY, 1923). Finalmente, trataremos da transição da representação de modernidade feminina francesa para a da mulher moderna norte-americana com a ampliação do processo circulatório do cinema hollywoodiano no Brasil.

Esse período de transição foi importante para construir uma nova percepção da moda no Brasil, nesse caso representada pela mulher moderna que gostava de experimentar e viver os prazeres e os romances publicados nas revistas ilustradas e encenados no cinema. Alguns exemplos, como o cabelo curto de Louise Brooks<sup>3</sup> e o novo estilo de vestimenta adotado por atrizes e atores em Hollywood, ajudaram a moldar o comportamento feminino nas décadas seguintes, e ainda hoje são lembrados como símbolo de emancipação e modernidade.

Ao longo do século XIX e no início do século XX, grande parte da burguesia brasileira seguia a tendência de importar hábitos e produtos estrangeiros<sup>4</sup>. Homens e mulheres, que se entendiam como sujeitos inseridos no processo de modernização, assimilavam, em sua maioria, os estilos e modos europeus, com uma inclinação maior aos costumes franceses (NEEDELL, 1993). Com a chegada e o crescimento do cinema hollywoodiano nas salas de exibição do Rio de Janeiro e de São Paulo, algumas mudanças nos comportamentos e nas vestimentas puderam ser percebidas no cotidiano carioca e paulistano, passando a integrar a vida burguesa moderna.

O início do consumo foi uma marca expressiva do contexto brasileiro no século XIX e no XX. Culturalmente, consumia-se roupas, tendências, marcas, literatura e cinema. Até mesmo a noção de consumo foi uma prática social burguesa importada dos costumes europeus (CHARNEY; SCHWARTZ, 2004).

<sup>3</sup> Até hoje os cabelos curtos de Louise Brooks são consumidos pela cultura da moda e da beleza no Brasil. Como é o caso do breve artigo *O retrato de uma década pelos cabelos curtos de Louise Brooks*, publicado na página da L'Oréal Paris. L'Oréal Paris, 11 fev. 2021. Disponível em: <https://www.loreal-paris.com.br/o-retrato-de-uma-decada-pelos-cabelos-curtos-de-louise-brooks>. Acesso em: 25 abr. 2022.

<sup>4</sup> O mesmo se passou no espaço do cinema e de seu consumo cultural. Para compreender melhor a relação do cinema com a burguesia brasileira do início do século XX, ver SOUZA, 2004.

Tais práticas denotaram as várias expressões de valores daquilo que a sociedade de consumo prezava: ser moderno. Isso significa dizer que uma pessoa portava determinados hábitos e vestimentas considerados atuais na moda, classificados pelo gosto do momento, pela estética daquilo que atrai a atenção de maneira positiva e que indica adjetivações qualitativas de progresso, civilização e atualidade. Tanto o cinema quanto a moda serviram como suportes definidores de culturas modernas.

No caso das mulheres, as representações de feminilidade reproduzidas no cinema hollywoodiano e seus códigos simbólicos transmitidos nos gestos e no uso de determinadas vestimentas traduziram as práticas, as condutas e as roupas que caracterizaram a modernidade dos anos 1920.

Nesse sentido, consideramos importante compreender que tipo de feminilidade foi representada na imprensa do período e quais significados ela produziu a partir da relação entre cinema e moda. Essa compreensão permite identificar e entender a influência que ela exerceu nas experiências de vida de homens e mulheres que frequentavam os espaços de exibição. Para tal propósito, realizaremos um breve panorama do impacto do cinema no meio sociocultural brasileiro, apresentando as modificações nos referenciais culturais de Paris para Hollywood no que tange a linguagem cinematográfica. Em seguida, observaremos como a moda esteve presente no entorno dessas transformações e como ela se sobressaiu nesse contexto.

## O cinema na terra tupiniquim

Quando o cinema hollywoodiano começou a se intensificar no Brasil, a partir dos anos 1920, a moda e o modo parisienses ainda predominavam na prática cultural e de consumo, principalmente entre o público feminino. O fim da Primeira Guerra, em 1918, não apenas retirou de cena muitos produtos europeus como abriu uma intensa disputa por representações no campo cultural.

Nesse período, muitos periódicos franceses deixaram de circular, diminuindo a quantidade de assuntos e informações que chegavam de Paris, a capital da moda. Essas alterações provocaram questões por parte de certos editores que interrogavam a continuidade da moda parisiense e, conseqüentemente, seu poder de influência sobre suas fiéis leitoras, seguidoras dos hábitos de se vestir.

Na revista *Careta*, o artigo *As modas da guerra* informava, em 1915, que as mulheres elegantes de Nova York estavam começando a introduzir “botas semelhantes às usadas pelos cossacos russos” (CARETA, 1915, p. 35), que poderiam ser utilizadas com um *tailleur*, o traje do momento. Ao perguntar se “*Chegará aqui esta moda?*” (CARIOCA, 1915, p. 35), a redação do jornal *Carioca* deu a conhecer os estilos vestimentares adotados pelas nova-iorquinas e que poderiam ser seguidos pelas cariocas.

Já no artigo *A moda exagerada e de mau gosto*, publicado em 1917 na revista *Eu sei tudo* (1917-1957), o redator explicitou às suas leitoras a presença da moda hollywoodiana em solo carioca, uma vez que a moda parisiense estava estagnada por causa das modistas dos ateliês de Paris que destinavam suas atividades de corte e costura às fábricas, dada a escassez da mão de obra masculina, que se encontrava na guerra. O autor anônimo, no entanto, não deixou de fazer suas críticas ao estilo hollywoodiano:

Os horrendos modelos que reproduzimos nestas duas páginas são extraídos das mais acreditadas e respeitáveis das grandes revistas norte-americanas, que atualmente ditam a moda ao mundo. Paris dominado pela crise do papel e a falta de pessoal – porque a maioria de sua população feminina está hoje entregue a serviço mais patriótico e mais rendoso nas fábricas de material bélico – já não dedica à moda a atenção que lhe dava soberania incontestável no assunto; já não publica figurinos. New York assumiu esse encargo e... que querem? Não é possível ser tudo. As *yankees* têm numerosos e apreciáveis dotes; mas não são parisienses: falta-lhe a inspiração de que Paris nos deu durante quase um século exuberantes demonstrações. (EU SEI TUDO, n. 3, ago. 1917, p. 99-100, grifo do original)

Era nítido o desgosto com a moda hollywoodiana emitido pelo autor do artigo da revista. Porém, frente ao aumento da procura por novidades no campo das vestimentas e à falta de novidades sobre a moda parisiense, os redatores se viam obrigados a suprirem a demanda feminina com informações vindas de qualquer outro país, como os Estados Unidos, tendo o cinema como seu principal suporte.

O cinema que chegou ao Brasil por meio das trocas com a Europa e ocupou uma cena importante na cultura brasileira. Nos anos 1920, esse suporte cultural teve um significado muito interessante: o de conduzir, reproduzir, construir e vender imagens femininas em rótulos que instigava o espectador e a espectadora ao desejo romântico, ao sonho e à identificação<sup>5</sup>.

Consideravelmente marcado no início do século XX, o cinema silencioso expressou uma linguagem pelos corpos. Na ausência da fala, esse tipo de linguagem – que de silêncio não tinha nada – reproduziu narrativas e construiu uma linguagem específica de comunicação: a visualidade. O ato fisiológico de enxergar foi mais intrigado do que o ato humano de ouvir. Enquanto o cinema dos anos 1930 consolidou<sup>6</sup> sua indústria com base no realismo, proporcionado pela fala humana na sonorização, o cinema dos anos 1920 e os antecessores a ele ligaram as práticas silenciosas de reprodução à prática comum de leitura e de espetáculo (GOMES, 1980).

Nesse processo, era necessária uma atenção acentuada aos gestos, aos olhares e a todo e qualquer movimento cênico, cuja finalidade era compreender o que se queria dizer. A construção de sentidos desses filmes foi concebida sem a necessidade de palavras, frases ou textos. Era o corpo e as roupas que falavam, compondo as representações de feminilidade e masculinidade de seus espectadores.

Não podemos negar o avanço do processo psicológico de identificação do espectador com o filme quando chegou a sonorização, mas o cinema mudo construiu representações tão importantes quanto. Um comportamento que chegou ao Brasil, ainda no início dos anos

<sup>5</sup> A experiência de se identificar com um filme está relacionada com a do cinema. Hoje entendemos essa fascinação como um desejo ou uma intensa admiração. Esse fascínio é capaz de modificar a vivência e os gostos de alguém, fazendo com que o sujeito inclua cada vez mais o que consome no filme na sua vida diária. Para entender essa discussão, ver MORIN, 1983, p. 143-172.

<sup>6</sup> Para entender como o cinema se consolidou entre os anos de 1920 e 1930, ver MORIN, 1989.

1920, foi a corporalidade da mulher modernizada, consumista, transgressora e autorresponsável. Do francês, *la garçonne*<sup>7</sup>, e da cena hollywoodiana, a *vamp* ou a mulher moderna no pós-Primeira Guerra<sup>8</sup>. Duas versões de uma mesma alegoria: o corpo da mulher na moda e no cinema. Figuras que simbolicamente disputaram o campo cultural e o interesse pessoal da burguesa brasileira, uma intensa consumidora de produtos importados. Vejamos como essa representação de feminilidade apareceu na imprensa e no cinema dos anos 1920.

### Entre *La Garçonne* e *Mlle. Cinema*

*La Garçonne* pode ser caracterizada pelo uso de cabelos curtos, “com vestidos retos, a cintura cai sobre as ancas, criando um aspecto esguio” (BARD, 2010, p. 319). Na época da publicação homônima de Victor Margueritte na França, em 1922, ela causou grande repercussão, principalmente por escandalizar muitos grupos religiosos e políticos, que iam do espectro conservador ao liberal, assim como certos grupos feministas, que associaram a romance à pornografia. Contudo, a obra chegou rapidamente ao Rio de Janeiro, tendo sido divulgada em *O Malho* (n. 1103, 3 nov. 1923, p. 12), *Careta* (n. 780, 2 jun. 1923, p. 20), *Revista da Semana* (n. 39, 22 set. 1923, p. 3), *Fon* (n. 10, 10 mar. 1923, p. 62), *Correio da Manhã* (n. 8733, 3 fev. 1923, p. 2), *Voz do Chauffeur* (n. 47, 3 ago. 1925, p. 17), *Gazeta de Notícias* (n. 14, 17 jan. 1923) e *Para Todos* (n. 222, 1923, p. 11), o que demonstrou sua repercussão nesse lado do Atlântico e a apresentação da nova moda à *la garçonne* para parte do público feminino.

A versão brasileira mais expressiva da obra foi devidamente construída no texto escrito por Benjamim Costallat, em 1923, com o título de *Mlle. Cinema*. Essa *senhorinha cinematofila*<sup>9</sup>, caracterizada como uma dama de comportamentos modernos dentro do estereótipo de cabelos e saias curtas, reproduziu uma conduta imoral e transgressora, responsável por renovar os hábitos de jovens que se identificaram com a vida urbana, louca e hodierna (SEVCENKO, 1992). Entendia-se por comportamentos modernos as intensas vida e atividade urbanas. Ao contrário da vida provinciana, a vida moderna na cidade abarcava uma parcela de garotas e mulheres da classe média que buscavam entrar no mercado de trabalho como alternativa para ampliar a renda familiar. A prática cultural também norteou a vida moderna com o aceleração do tempo e o contato direto com produtos que vinham de fora.

A própria noção de mulheres da classe média dentro do setor profissional foi uma exportação. Com o fim da Primeira Guerra, o mercado europeu apresentava uma defasagem

<sup>7</sup> *La garçonne* foi um termo que fez referência ao estilo de ser, agir e se vestir de mulheres que buscaram se emancipar da vigilância patriarcal e moral. Alegórica e pejorativamente, *la garçonne* foi uma versão feminina de *le garçon*, do francês “o menino”. Seria como uma mulher que adota comportamentos masculinos. Na moda, *la garçonne* ganhou espaço com a obra de Victor Margueritte (1922), que colocou essa jovem emancipada como uma expoente do consumo moderno e como referência de penteados e vestimentas.

<sup>8</sup> A atriz estadunidense Theda Bara foi uma forte representação da *vamp* na cultura cinematográfica da época, ou seja, sedutora, ousada, atrevida e independente. Theda Bara figurou uma representação de *mulher moderna* em filmes como *Escravo de uma paixão* (1915), *Carmen* (1915) e *Salomé* (1918).

<sup>9</sup> O termo se refere às jovens consumidoras da vida moderna, do cinema e da moda. Termo mencionado por Alfredo C. Lopes em *Para Todos*. LÓPES, Alfredo C. *Mlle Cinema: gente nova*. *Para Todos*. Rio de Janeiro, ano VI, n. 302, 27 set. 1924, p. 47.

de mão de obra masculina e a reposição dos postos de trabalho aconteceu com a entrada das mulheres (THÉBAUD, 1991). Nos Estados Unidos, como a prática de consumo cresceu cada dia mais, as mulheres se modernizaram rapidamente com o objetivo de acessar o mercado de trabalho, as universidades e a produção de bens simbólicos (COTT, 1991).

Essas ideias, contidas no texto de Costallat, não foram bem acolhidas por grupos conservadores, que tentaram proibir a circulação da novela *Mlle. Cinema*, exigindo sua completa censura, tal como os conservadores franceses fizeram com a obra *La garçonne*, em 1922. Para esses indivíduos, a trajetória de luxo e amores mal resolvidos deveria ficar no esquecimento. Contudo, *Mlle. Cinema* estava na moda e em cena, como relata o colunista Lópes na revista ilustrada *Para Todos*:

Mlle. Cinema será adquirido por todos, sem exceção alguma. E nos saráus elegantes, nos cinemas, nos theatros, nos hotéis, nos botequins, enfim, em toda a parte, será a 'senhorinha cinemofila' analyzada e commentada. Pois não é isso mesmo que acontece com tudo que é moda? (LÓPES, 1924, p. 47)

Enquanto os grupos conservadores tentavam impedir a circulação do romance de Benjamim Costallat, condenando-o como um propagador da vulgaridade e subversivo à moral e aos bons costumes, em alguns periódicos o autor era citado como um escritor moderno, autêntico e bastante alinhado com o seu tempo.

Dos nossos escriptores jovens, Benjamim Costallat é, evidentemente, o mais característico. E isso porque, sendo um romancista moderno, pelo seus processos, e um chronista original, é um homem do seu seculo, e um homem que sabe ver as coisas e os typos deste momento da nossa civilização - com uma visão que não é a visão dos seus colegas. (FON FON, ano XXIII, n. 36, 7 set. 1929, p. 36)

O perfil criado por Costallat vai ao encontro da representação feminina descrita por Margueritte, em *La garçonne*. Assim, compreendendo que ambas as obras são narrativas ficcionais, elas permitem identificar comportamentos e vestimentas apropriadas por certas leitoras na década de 1920.

Na obra de Costallat, publicada em 1923, o autor afirma no subtítulo que "*Mademoiselle Cinema é uma Novela de costumes do momento que passa...*" (COSTALLAT, 1923 p.1), revelando sua atenção com a moda e os modos. O texto narra a trajetória de Rosalina, uma jovem garota que aproveita a vida intensamente, longe de qualquer restrição, tutela ou moralização. No início da obra, a personagem viaja para Paris, capital francesa associada ao luxo vivido pela garota e à vida urbana moderna sem restrições.

A história adota uma série de palavras e termos na língua francesa e atribui à personagem uma personalidade consumista e completamente despreocupada e desapegada da família. Rosalina encara o amor como um esporte, não estabelecendo laços, e, nitidamente, possui autonomia sob seu corpo e suas relações.

Ao longo da narrativa, Rosalina apresenta uma personalidade romantizada, ousada e deslocada.

Rosalina vestiu-se para jantar. O verde estava na moda. E Mlle. Cinema, toda de verde, rapidamente se transformou. O vestido era o seu próprio corpo, tão bem lhe desenhava as formas. E o cabelo curto, de *gigolette*, raspado a navalha, na nuca, dava à sua cabecinha loira um ar atrevido e provocante. (COSTALLAT, 1923, p. 119, grifo do original)

A descrição permite às leitoras a construção imagética e mental de um modelo de feminilidade que aos poucos passa a ser reproduzido no cotidiano das mulheres. Algumas produções cinematográficas aderiram ao estilo, ampliando ainda mais a prática de se vestir e agir conforme *la garçonne* por parte das senhorinhas de cinema.

Entretanto, esse novo estilo não foi hegemonicamente aceito. Os indivíduos contrários ao perfil feminino moderno expuseram suas desaprovações nas páginas dos jornais e revistas publicados no Rio de Janeiro, como foi possível verificar na revista *Vida Doméstica*:

“Vida Doméstica”, conquanto não prive os seus colaboradores de apoiar, combate tal moda “à la garçonne”, tida, há meses atrás, como horrível e deprimente por muitas daquelas que hoje a adotam... Para “Vida Doméstica” os cabelos curtos foram, são e serão, afinal, a maior extravagância, o mais infeliz dos caprichos femininos. O tempo encarregar-se-á de confirmar o nosso acerto. (VIDA DOMÉSTICA, n. 81, out. 1924, p. 67)

Como podemos constatar, o tempo provou que o autor anônimo do artigo estava enganado, pois a repercussão da moda à *la garçonne* se propagou, levando o romance de Victor Margueritte a ser adaptado às telas de cinema. O romance correspondeu a uma visão do modo de vida moderno parisiense, recebendo alterações da cinematografia francesa. No entanto, a figura *La garçonne*, como um expoente da moda da garota moderna, passou da literatura ao cinema de modo conflituoso entre grupos conservadores que buscaram proibir sua reprodução.

A primeira versão cinematográfica francesa de *La Garçonne*, adaptada da obra de Victor Margueritte, surgiu em 1923. Ela foi dirigida por Armand du Plessy e estrelada por France Dhélia. Por causa da censura ao romance e ao filme na época, o diretor teve que alterar o nome da produção para *Anne Corlac*. Uma segunda versão da película foi refeita em 1936, dirigida por Jean de Limur, com Marie Bell como *La garçonne*.

No Brasil, a versão brasileira de *La garçonne*, Rosalina, foi vivida por Carmen Santos no filme *Mlle. Cinema* de 1924, dirigido por Leo Merten. Carmen Santos foi uma das expoentes da cultura cinematográfica da mulher moderna e reconstruiu a vida de Rosalina no cinema com o seu próprio financiamento. O filme não obteve uma circulação comercial e se perdeu ainda em meados dos anos 1920 por causa de um incêndio na empresa pessoal de Carmen Santos, a F.A.B. Films Artístico Brasileiro.

Na mesma época, a senhorinha de cinema passou por uma metamorfose cultural, deixando de lado a identidade parisiense de *La Garçonne* para adotar o estilo *vamp*, melindrosa da cena hollywoodiana.

A mudança aconteceu nas salas de cinema do Rio de Janeiro e de São Paulo, com o aumento da exibição das produções de Hollywood e a diminuição da dos filmes de origem francesa. O mercado de exportação hollywoodiano ultrapassou o mercado cinematográfico francês pela primeira vez em 1916, no auge da Primeira Guerra. Naquele ano, os Estados Unidos exportaram em maior quantidade: 492 títulos contra 386 franceses (SOUZA, 2004, p. 176).

Com a chegada e o aumento das exibições hollywoodianas, a cinematografia francesa deixava de ser atrativa para grande parte do público espectador brasileiro, que se identificava com a linguagem adotada pelos ianques. E o mesmo podemos dizer do cinema nacional que carecia de financiamento e apresentava pouca técnica nos dispositivos, abrindo cada vez mais espaço para a crescente indústria cultural dos Estados Unidos. Assim, para obter o sucesso desejado, a produtora e atriz de filmes Carmen Santos se rendeu à linguagem e ao modo hollywoodiano de fazer e encenar filmes.

Enquanto a França se recuperava da Primeira Guerra Mundial e o Brasil dificilmente investia em cinema<sup>10</sup>, especialmente no início dos anos 1920, a indústria hollywoodiana rodava nas principais telas do Rio de Janeiro e de São Paulo com filmes que receberam um alto investimento, conquistando cada vez mais o gosto e a vida do espectador e da espectadora brasileira.

A relação do produto fílmico francês com a cultura letrada e intelectual afastou a massa que começava a consumir cinema. Nesse quesito, a indústria hollywoodiana produzia histórias comuns, dramas e comédias da vida moderna. A industrialização do cinema trouxe narrativas que eram acessíveis aos espectadores que não interagiram diretamente com a intelectualidade, a arte erudita e as letras clássicas. O cinema massificou a moda e as representações.

Nos Estados Unidos, o consumo e a circulação de filmes dobraram em relação ao consumo francês ou até mesmo ao brasileiro. No início dos anos 1920, a população estadunidense foi a que mais consumiu filmes no Ocidente (A SCENA MUDA, ano 1, n. 1, 31 mar. 1921). No mesmo período, o cotidiano e o divertimento se interligaram ao cinema, especialmente à indústria cultural, e a moda acompanhou essa transição (ADORNO, 2002).

A comparação entre a receptividade dos cinematógrafos hollywoodianos e a dos parisienses no início dos anos 1920 é injusta. Na disputa pela visualidade dos costumes, a França perdeu quando o cinema hollywoodiano chegou. A revista ilustrada e especializada em cinema, *A Scena Muda*, entrou em circulação nesse momento e trouxe nas primeiras edições curiosas notícias sobre a dura crise do pensamento francês e seu inevitável desmantelamento perante o crescimento da cinematografia. O periódico tratou do assunto como um ponto importante para entender a cisão cultural do Brasil e de outros países com o pensamento francês:

---

<sup>10</sup> Na coletânea organizada por Fernão Ramos e Sheila Schvarzman (2018), podemos entender como essa falta de investimento afetou o início do cinema brasileiro e como o cinema estrangeiro se aproveitou desse entrave para se consolidar no país.

Sessenta deputados francezes acabam de apresentar á Camara um projecto de lei, tendente a estabelecer um estatuto de cinematographia em França. Apoz uma reunião com a Confederação dos Intellectuaes, estes parlamentares propuzeram-se remediar, como disseram, **“a situação critica da cinematographia franceza que peiora cada vez mais, e terminaria por eliminar de todos os paizes estrangeiros o pensamento francez e a arte franceza”**.

Eis um pensamento de principio, que merece a máxima atenção. Elle surprehen-derá talvez muitos de nossos concidadãos, que duvidam da analogia que pode existir entre o **pensamento, a arte e a cinematographia!** (A SCENA MUDA, ano 1, n. 9, 26 maio 1921, p. 5, grifos do original)

Fazer circular projeções de imagens em movimento se enquadra em um novo momento, cujo ritmo era mais acelerado que o da leitura compassada e atenta, ritualizada nos livros. Esse novo tempo, o da linguagem cinematográfica, foi ao encontro da experiência do cotidiano de homens e mulheres que foram cadenciados aos sinos das indústrias, apitos das fábricas e demais enquadramentos sociais que a vida urbana e o espaço do trabalho lhes impuseram. A leitura já não acompanhava mais a mesma dinâmica de vida de operários e operárias, obreiros e obreiras que apenas buscavam diversão passageira para esquecer o dissabor da vida assalariada.

Por diversos motivos, na corrida do cinema ou na predominância da circulação dos costumes franceses e da moda parisiense por meio da sétima arte, *la garçonne*, simbolicamente, perdeu seu espaço para a *vamp* e para diversas outras figuras femininas que começaram a incorporar a nova vestimenta à fatalidade e ao erotismo e, posteriormente, ao modo de vida dos filmes hollywoodianos.

A redação de *A Scena Muda* salientou a nova realidade que nasceu no início dos anos 1920 com a influência do cinema em diversos campos de produção simbólica.

O **film** é um incomparavel instrumento de propaganda. Sua força persuassiva é mil vezes superior a do vocabulo ou da graphia. O livro, o jornal, o teatro, conquistadores dos cerebros e dos corações, são armas de curto alcance diante desta formidavel artilharia, que pode cobrir o planeta inteiro de uma chuva intensiva e ininterrupta de imagens e ideais. (A SCENA MUDA, a. 1, n. 9, 26 maio 1921, p. 5, grifo do original)

Podemos considerar que, de 1921 a 1929, a cultura cinematográfica da senhorinha de cinema cresceu e se consolidou. Nesse período, apesar de o modelo francês permanecer no imaginário dos espectadores do cinema, ele perdeu seu poder de influenciar novos códigos, cedendo espaço ao sonho americano. Assim, *la garçonne* abriu um campo amplo para se pensar a emancipação feminina dentro da moda e do cinema, mas ela foi absorvida pela cultura americana, que deu nova roupagem à representação de feminilidade nos trajes e nos filmes.

## De la *garçonne* para a figura da *mulher moderna hollywoodiana*

A chegada do século XX trouxe consigo uma nova representatividade feminina. Simbolicamente representada por Salomé, de Oscar Wilde<sup>11</sup>, a figura da mulher emancipada e perigosa cresceu à medida que o século seguiu seu curso. Na década de 1910, surgiu uma fatalidade explícita da mulher que conseguiu emancipar-se, dominar e manipular por meio do seu poder sedutor.

O perfil feminino destacado já havia sido percebido em outras temporalidades e espacialidades, como em Cleópatra e Salomé. Tais representações da *femme fatale* estiveram ligadas a estilos como *art nouveau* e o orientalismo popular (MORAES, 2017, p. 91).

Na passagem do século XIX para o XX, então, o caráter desse estilo de mulher perpassou o imaginário coletivo.

Esta preocupação com mulheres demoníacas e destrutivas é um dos traços culturais mais impressionantes do fim do século XIX. O tema era altamente difundido, atraindo homens de credos artísticos opostos, simbolistas e realistas, rebeldes e reacionários, e penetrando profundamente na consciência popular. (BADE citado por HUTCHEON, 2003, p. 29)

A fatalidade foi primeiro destinada ao público europeu por meio da literatura, das peças teatrais e de óperas que trouxeram na sua essência uma mulher que se emancipou da normatividade opressora e conservadora. A sensação de liberdade exprimiou-se em dois fatores: a misoginia, que representou o ódio por corpos femininos que se transformavam por meio das roupas, e por um desejo incontrolável – de caráter erótico ou não – de paixão e admiração.

Dentro de uma visão puritana, as Salomé eram as filhas da Babilônia, entregues à luxúria e ao narcisismo jovem. Distanciaram-se das obrigações impostas e libertaram seus corpos. Salomé e Carmens decolaram no campo cultural com a chegada do cinema, ao introduzir a fatalidade no consumo e na moda<sup>12</sup>.

Na moda, podemos perceber um estilo mais ousado de se vestir, no qual o pudor ce-deu lugar à sedução. Tais mudanças fizeram-se sentir especialmente com a Primeira Guerra Mundial, produzindo um divisor de águas nos códigos vestimentares. Se até a *belle époque* ainda se via mulheres amplamente trajadas, o pós-guerra encurtou os tecidos e os cabelos e diminuiu o medo das novidades no vestir feminino.

<sup>11</sup> *Salomé*, de Oscar Wilde, é uma peça teatral do século XIX criada para representar a fatalidade feminina do período vitoriano e a nova mulher de acordo com os meios de consumo, tomado como ambiente a narrativa bíblica de Salomé, sobrinha de Herodes, Antipas que exigia a cabeça de João Batista, após dançar para o tio e para toda corte (SILVA, 2001).

<sup>12</sup> Rita Moraes (2017) considera a mulher fatal como um instrumento capitalista, sem muitos fundamentos, e não apenas um conceito de mercado. Essas marcas de fatalidade, modernidade e feminilidade construíram uma nova mulher dentro da moda. A fatalidade incluía, no campo da moda, a vestimenta como o tipo de corpo, de comportamento e os meios de se portar socialmente.

O encurtamento dos vestidos deveu-se principalmente pelas demandas da guerra com o fornecimento de toda matéria-prima possível. Somado a isso, o acesso feminino às fábricas para suprir a mão de obra masculina, que estava nas trincheiras, culminou com a produção de vestimentas mais soltas ao corpo, com a finalidade de facilitar o movimento feminino no espaço fabril.

Essas alterações permitiram novas brechas na estrutura social patriarcal que limitava as mulheres ao espaço doméstico e lhe prendia em longos e apertados vestidos, tais como o antigo espartilho que deixou de ser moda. Simbolicamente, o alargamento das vestimentas representou os novos acessos que a mulher alcançou no espaço público.

As referências à guerra também estiveram presentes na moda, seja no formato dos trajes, como o caso do *tailleur*, que permaneceu no guarda-roupa feminino por longo período, seja pelo tom azul que compôs a maioria dos uniformes de guerra dos aliados.

Para além da cultura de guerra nas vestimentas, nessa mesma época, alguns costureiros instalados em Paris produziram roupas inspirados em artistas com os quais mantinham relações de amizade. Paul Poiret (1879-1944), por exemplo, convidou Paul Iribe (1883-1935), em 1908, para realizar o catálogo intitulado *Les robes de Paul Poiret*, e, em 1911, o ilustrador Georges Lepape (1887-1971) para ilustrar o catálogo *Les choses de Paul Poiret*. Para além desses artistas, o costureiro francês também trabalhou com George Barbier (1882-1932), em 1912; Pablo Picasso (1881-1973); Charles-Edouard Jeanneret-Gris, conhecido como Le Corbusier (1887-1965); Leon Bakst (1866-1924); Romain Tirtoff, conhecido como Erté (1892-1990); Mariano Fortuny y Madrazo (1871-1949); Maurice de Vlaminck (1876-1958); Henri Matisse (1869-1954); André Derain (1880-1954); e Raoul Dufy (1877-1953), confirmando a importância que o costureiro atribuiu à arte.

A pintora Tarsila do Amaral (1886-1973) vestiu os modelos de Poiret. A projeção de sua imagem modernista vinha a partir de um guarda-roupa francês. Sua figura à *la garçonne* contribuiu para normalizar o estilo no meio cultural paulistano e carioca.

Durante o dia, o estilo *la garçonne* portava calças-pijama com sapatos de salto alto, blazers com echarpes de seda e, quando se usava terno, era acompanhado de paletó e saia. Durante a noite, vestia tecidos brilhantes com linhas retas e cores sóbrias (PIMENTA, 2013). As vestimentas, somadas ao corte de cabelo curto e ao hábito de fumar cigarro, aproximavam a figura de *la garçonne* aos códigos adotados pelos homens. Era, então, o uso de joias e de maquiagem que mantinham o estilo francês vinculado à ideia de feminilidade da época.

Enquanto isso, a *vamp* portava roupas e cabelos escuros, relacionados ao ar de perversidade e crueldade encenado pelas personagens nos filmes. O uso da maquiagem realçava a palidez no rosto, destacando os olhos e os lábios, criando um aspecto sombrio e sensual (GERBASE, 2008).

Apesar de ambas as representações figurarem as subversões de gênero, contestando os padrões da época, *la garçonne* apresentava uma postura mais próxima da intelectualidade da burguesia francesa, enquanto a *vamp* estava ligada aos desafios do cotidiano urbano, parecidos com a realidade das senhorinhas de cinema que se identificam com esse perfil hollywoodiano.

O modelo parisiense, então, foi aos poucos sendo adaptado ao cinema hollywoodiano, ganhando contornos às demandas cênicas. Essa foi a maneira encontrada para não poder abruptamente o laço que a cultura parisiense mantinha no Brasil, ao mesmo tempo que a produção hollywoodiana se consolidava no país.

Na contramão do melodrama familiar, da comédia e dos filmes que aglutinaram contos bíblicos com a literatura casta, outro grupo de filmes, que podemos destacar por seu naturalismo, cresceu e ganhou cada vez mais respaldo social. Foi dentro desse contexto que *la garçonne* ganhou sua visibilidade. Uma característica dos filmes *naturais* dos anos 1920, que não existiu no clássico hollywoodiano dos anos 1930, foi a nudez feminina, a sua fatalidade sensual, reproduzidas e duramente criticadas e repreendidas por setores mais conservadores (figura 1).

FIGURA 1 - NUDEZ FEMININA EM *HÁXAN - A FEITIÇARIA ATRAVÉS DOS TEMPOS*



FONTE: Viata si moartea lui Aron Biro. Disponível em: <https://aronbiro.blogspot.com/2016/07/filme-musai-de-la-tiff-2016-remember.html/>. Acesso em: 15 out. 2021.

A nudez feminina e a fatalidade constituíram o sentido da linguagem cinematográfica dos anos 1920, que buscou usar o cinema como um aparato para a difusão da arte e da visibilidade dos corpos dentro dos mais diversos aspectos, sendo os mais vigentes para o consumo do olhar e para a propagação de novos signos e comportamentos.

Nos anos 1920, a atriz Luise Brooks (1906-1985), figura da fatalidade e expoente da moda do cabelo curto, ganhou a cena do cinema silencioso alemão e reproduziu comportamentos que transgrediam as regras conservadoras. Equiparada à versão de *la garçonne*, Louise Brooks (figura 2) aprofundou a noção de *senhorinha de cinema* parisiense com a fatalidade nos filmes *Die büchse der Pandora (A caixa de pandora, 1929)* e *Diary of a lost girl (O diário de uma garota Perdida, 1929)*, ambos de Georg Wilhelm Pabst.

No Brasil, a representação da fatalidade e da nudez, do corpo desviante e desejável, esteve nos trabalhos e na vida pessoal de Lelita Rosa. Conhecida na cena como uma mulher de costumes modernos, Lelita Rosa participou do censurado filme de Antonio Tibiriça, *Vício e beleza* (1926)<sup>13</sup>, que combinou nudez feminina, uso de drogas, exposição de comportamentos na época julgados como depravados e menção a doenças venéreas, como a sífilis<sup>14</sup>.

FIGURA 2 – LOUISE BROOKS, ÍCONE DA MODA FEMININA FATAL DOS ANOS 1920



FONTE: Mondo Moda. Disponível em: <https://mondomoda.com.br/2011/11/29/louise-brooks-imagem/>. Acesso em: 23 de ago. 2021.

<sup>13</sup> O crítico de cinema Pedro Lima escreveu em *Cinearte* – Revista brasileira especializada em cinema – que Lelita Rosa havia sido a melhor coisa do filme. Segundo Lécio Augusto Ramos, “ela tinha a seu favor (para os padrões da época, pelo menos) uma privilegiada fotogenia. Seu tipo tendia ligeiramente ao exótico: os olhos meio rasgados davam-lhe uma feição oriental e os cabelos pretos muito lisos e compridos [...] um ar de mulher fatal verdadeiramente convincente” (CINEARTE, 1991, p. 81).

<sup>14</sup> Na base da cinemateca brasileira, *Vício e beleza* aparece com os termos descritores tóxico, sexo e esporte. Disponível em: <http://bases.cinemateca.gov.br/>. Acesso em: 23 ago. 2021.

Tal representação, ligada à figura de *la garçonne*, foi ao encontro de uma nova representação de mulher no espaço público. Ao considerarmos que a maioria das produções foi constituída por homens, podemos compreender que a criação dessa imagem também esboçou um olhar masculino sobre o corpo feminino, bem como evidenciou o contexto em que as obras foram realizadas<sup>15</sup>. Em um misto de liberdade com libertinagem, as representações de mulheres de cinema se intercalaram em cenas de ousadia e pudor, sensualidade e feminilidade, resultando no constructo imaginário de uma mulher que driblou a norma.

A licença poética permitiu que as histórias de ficção reproduzidas nos filmes criassem personagens como *la garçonne*, subvertendo a ordem. No entanto, essas representações não deveriam alcançar o mundo real. Esse era o limite que certos grupos conservadores tentaram impor. Sem êxito, o estilo à *la garçonne* ultrapassou as telas do cinema, ganhando espaço na imprensa, no teatro e nas ruas, com vestidos, maquiagens e uma norma forma de ser mulher e agir socialmente.

FIGURA 3 – LELITA ROSA, ESTRELA DA CINEMATOGRAFIA NACIONAL



FONTE: Biblioteca Jenny Klabin Segall. Disponível em: <http://bjks-opac.museus.gov.br/>. Acesso em: 23 ago. 2021.

<sup>15</sup> Na obra *A mulher e o cinema* (KAPLAN, 2014), podemos entender como essa construção da visão masculina conduziu os corpos femininos na obra cinematográfica e ajudou a aprisionar as mulheres por séculos.

A cena silenciosa da mulher moderna foi uma expressão da história cinematográfica dos anos 1920 alegoricamente marcada pela moda que a acompanhou, com destaque especial para os cabelos curtos, expressão genuína de modernidade feminina na moda da época. A naturalização do corpo e da identidade feminina no cinema do período libertou a senhorinha de cinema de costumes estéreis herdados do século XIX, que a prenderam, limitaram e silenciaram. Ao ganhar espaço no mundo real, essas mulheres deram mais um passo em busca de equiparação de direitos entre os sexos.

### Considerações finais

Concluimos este texto com uma reflexão sobre a linguagem cinematográfica e o sentido do cinema, considerando a moda como um elemento de grande importância no construído de representações femininas. Entender a estruturação da subversão feminina no campo da moda e do cinema nos permite deduzir algumas situações que vivenciamos hoje, como a intensa objetificação do corpo feminino e a permanência da violência física e simbólica dentro dos grandes estúdios de cinema.

Quando discutimos violação de liberdade, precisamos ter em mente que essa violação é redobrada às mulheres. O domínio masculino, ou o olhar masculino, construiu a personagem *vamp* e lhe condicionou duas interpretações de consumo: a do desejo romântico e a da repulsa. A mulher fatal, por natureza, colocou/coloca em risco o pilar precioso da tradição conservadora, a família, a moralidade e os costumes. A figura da mulher perigosa é explorada e hiper-sexualizada no cinema de massa até hoje. Filmes do atual ciclo hollywoodiano, como os de super-heróis e as narrativas que se enquadram no gênero de ação e terror – consumidos, na sua grande maioria, por homens –, direcionam à figura feminina uma exposição anormal do seu corpo; além de explorarem uma representação de fragilidade, de mulheres que necessitam de tutela ou proteção à violência física, explícita e implícita, seja emocional ou física, atrelada a comportamentos sexuais.

Mas essa transgressão interpretada do outro lado do domínio masculino, sob a visão feminina, principalmente a jovem senhorinha que adorava ir ao cinema, pautava-se em outro sentido, o da liberdade financeira, social e moral. Experimentaram uma vida que não foi vivida por suas mães e avós. A *vamp* representou uma reposição da figura feminina na interpretação pública e cultural. A senhorinha encontrou no sentido e na linguagem do cinema o caminho para consumir a moda dos cabelos curtos e dos vestidos deslocados da tradicional saia longa. Encontrava na figura feminina moderna uma nova forma de encarar o amor romântico, a maternidade, o consumo e até o discurso feminista.

No diálogo que podemos construir com o tempo presente, devemos destacar o avanço das mulheres no campo cinematográfico não apenas como atrizes, mas também como produtoras e diretoras. A epistemologia feminista, em parceria com o campo cultural, permitiu pensar a autoria feminina e a construção de uma linguagem cinematográfica feminina/feminista, ampliando ainda mais o sentido e o diálogo representativo do filme com mulheres na busca por emancipação e equiparação de direitos dentro da estrutura patriarcal.

## Referências

- ADORNO, Theodor W. **Indústria cultural e sociedade**. São Paulo: Paz & Terra, 2002.
- BARD, Christine. **Une histoire politique du pantalon**. Paris: Éditions du Seuil, 2010.
- BOOZER, Jack. The lethal femme fatale in the noir tradition. **Journal of Film and Video**, University of Illinois Press. v. 51, n. 3/4, p. 20-35, 1999.
- BORDAT, Francis. Le Code Hays. L'autocensure du cinéma américain. Vingtième siècle. **Revue d'histoire**, [França] p. 3-16, 1987.
- CHARNEY, Leo; SCHWARTZ, Vanessa R. **O cinema e a invenção da vida moderna**. São Paulo: Cosac & Naify, 2004.
- COSTALLAT, Benjamim. **Mademoiselle Cinema**. Rio de Janeiro: Benjamin Costallat & Miccolis Editores, 1923.
- COTT, Nancy F. A mulher moderna: o estilo dos anos vinte. In: DUBY, Georges; PERROT, Michelle. **História das mulheres no Ocidente: o século XX**. Porto: Edições Afrontamento, 1991.
- GERBASE, Carlos. O corpo feminino no cinema: entre a fascinação vital e o pecado mortal. **Comunicação & Informação**, Goiânia, v. 11, n. 2, p. 181-191, 2009. DOI: 10.5216/c&i.v11i2.7485. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/ci/article/view/7485>. Acesso em: 23 maio. 2022.
- GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 2002.
- GOMES, Paulo Emílio S. **Cinema: trajetória no subdesenvolvimento**. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 1980. p. 87.
- GUBERNIKOFF, Giselle. A imagem: representação da mulher no cinema. **Conexão - Comunicação e Cultura**, Caxias do Sul, v. 8, n. 15, p. 65-77, 2009.
- HUTCHEON, Linda; HUTCHEON, Michael. O corpo perigoso. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 11, p. 21-60, 2003.
- KAPLAN, Ann. **A mulher e o cinema: os dois lados da câmera**. Rocco: São Paulo, 2014. p. 336.

LOPES, Denise. A mulher no cinema segundo Ann Kaplan. **Revista Contracampo**, n. 7, p. 209-216, Niterói, 2002.

MARGUERITTE, Victor. **La garçonne**. Paris: Flammarion Éditeur, 1922.

MORAES, Rita. Femmes fatales: representation in the movies and the spectrum of modernity. **Revista de Letras**, São Paulo, v. 19, n. 25, p. 87-97, 2017.

MORIN, Edgar. A alma do cinema. In: XAVIER, Ismail. **A experiência do cinema**: antologia. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1983.

MORIN, Edgar. **As estrelas**: mito e sedução no cinema. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.

NEEDELL, Jeffrey. **Belle époque tropical**: sociedade e cultura no Rio de Janeiro na virada do século. Trad. Celso Nogueira. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

NUNES, Rodrigo Figueiredo. **A Hollywood clássica**: uma breve história (1930-1950). 2018. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso em Cinema) – Pós-Graduação à Distância em Cinema e Linguagem Audiovisual, Universidade Estácio de Sá, Porto Alegre, 2018.

PIMENTA, Maria Cecília Gonçalves. **La Garçonne**: a nouvelle femme representada pela moda da Paris dos Anos Loucos (1919-1929). 2013. Dissertação (Mestrado em História Social) – Programa de Pós-Graduação em História Social, Universidade Estadual de Londrina, 2013.

RAMOS, Fernão; SCHVARZMAN, Sheila. **Nova história do cinema brasileiro**. V. 1. São Paulo: Edições Sesc, 2018.

SEVCENKO, Nicolau. **Orfeu extático na metrópole**: São Paulo, sociedade e cultura nos frementes anos 20. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

SILVA, Gelson Peres da. Salomé de Oscar Wilde: Questionamentos. **TEXTURA – Revista de Educação e Letras**, Canoas, v. 3, n. 4, p. 53-57, 2001.

SPINI, Ana Paula; BARROS, Carla Miucci Ferraresi. Star system, sexualidade e subjetivações femininas no cinema de Hollywood (1931-1934). **ArtCultura**, Uberlândia, v. 17, n. 30, p. 11-30, 2015.

SOUZA, José Inácio de Melo. **Imagens do passado**: São Paulo e Rio de Janeiro nos primórdios do cinema. São Paulo: Editora Senac, 2004.

THÉBAUD, Françoise. A grande guerra: o triunfo da divisão sexual. In: DUBY, Georges; PERROT, Michelle. **História das mulheres no Ocidente**: o século XX. Porto: Edições Afrontamento, 1991.

## Fontes

A SITUAÇÃO do cinematographo em França. **A Scena Muda**, Rio de Janeiro, ano 1, n. 9, 26 de maio de 1921, p. 5. Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=084859&pagfis=295>. Acesso em: 24 mai. 2022.

CARETA. Rio de Janeiro, ano VIII, n. 364, 12 jun. 1915, p. 35. Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=083712&pasta=ano%20191&pesq=&pagfis=14101>. Acesso em: 24 mai. 2022.

CARETA. Rio de Janeiro, ano XVI, n. 780, 2 jun. 1923, p. 20. Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=083712&pasta=ano%20191&pesq=&pagfis=30390>. Acesso em: 24 mai. 2022.

EU SEI TUDO: Magazine mensal ilustrado. Rio de Janeiro, n. 3, ago. 1917, p. 99-100. Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=164380&pasta=ano%20191&pesq=&pagfis=390>. Acesso em: 24 mai. 2022.

FON FON. Rio de Janeiro, ano XVII, n. 10, 10 mar. 1923, p. 62. Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=259063&pasta=ano%20192&pesq=&pagfis=42977>. Acesso em: 24 mai. 2022.

FON FON. Rio de Janeiro, ano XXIII, n. 36, 7 set. 1929, p. 36. Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=259063&pasta=ano%20192&pesq=&pagfis=70322>. Acesso em: 24 mai. 2022.

GAZETA DE NOTÍCIAS. Rio de Janeiro, ano XLVIII, n. 14, 17 jan. 1923, p. 2. Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: [http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=103730\\_05&pasta=ano%20192&pesq=&pagfis=7888](http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=103730_05&pasta=ano%20192&pesq=&pagfis=7888). Acesso em: 24 mai. 2022.

Imagem: Nudez feminina em **Häxan - A feitiçaria através dos tempos**. 1922. Direção: Benjamin Christen. Disponível em: <https://aronbiro.blogspot.com/2016/07/filme-musai-de-la-tiff-2016-remember.html> Acesso em: 15 out. 2021.

PLESSY, Armand du (dir.). **La Garçonne**. França / Bélgica, 1923, 1h10m B&P. Disponível em: <https://www.imdb.com/title/tt0014072/>. Acesso em: 25 abr. 2022.

LÓPES, Alfredo C. “Mlle. Cinema” na coluna: Gente Nova. **Para Todos**, Rio de Janeiro, ano VI, n 302, 27 set. 1924, p. 47. Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=124451&pasta=ano%20192&pesq=&pagfis=12669>. Acesso em: 24 mai. 2022.

O caso de La Garçonne. **Correio da manhã**. Rio de Janeiro, ano XXII, n. 8733, 3 fev. 1923, p. 2. Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: [http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=089842\\_03&pasta=ano%20192&pesq=&pagfis=13555](http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=089842_03&pasta=ano%20192&pesq=&pagfis=13555). Acesso em: 24 mai. 2022.

O MALHO. Rio de Janeiro, ano XXIII, n. 1103, 3 nov. 1923, p. 12. Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=116300&pasta=ano%20192&pesq=&pagfis=51404>. Acesso em: 24 mai. 2022.

PARA TODOS. Rio de Janeiro, ano V, n. 222, 1923, p. 11. Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=124451&pasta=ano%20192&pesq=&pagfis=8342>. Acesso em: 24 mai. 2022.

REVISTA DA SEMANA. Rio de Janeiro, ano XXIV, n. 39, 22 set. 1923, p. 3. Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: [http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=025909\\_02&pasta=ano%20192&pesq=&pagfis=5496](http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=025909_02&pasta=ano%20192&pesq=&pagfis=5496). Acesso em: 24 mai. 2022.

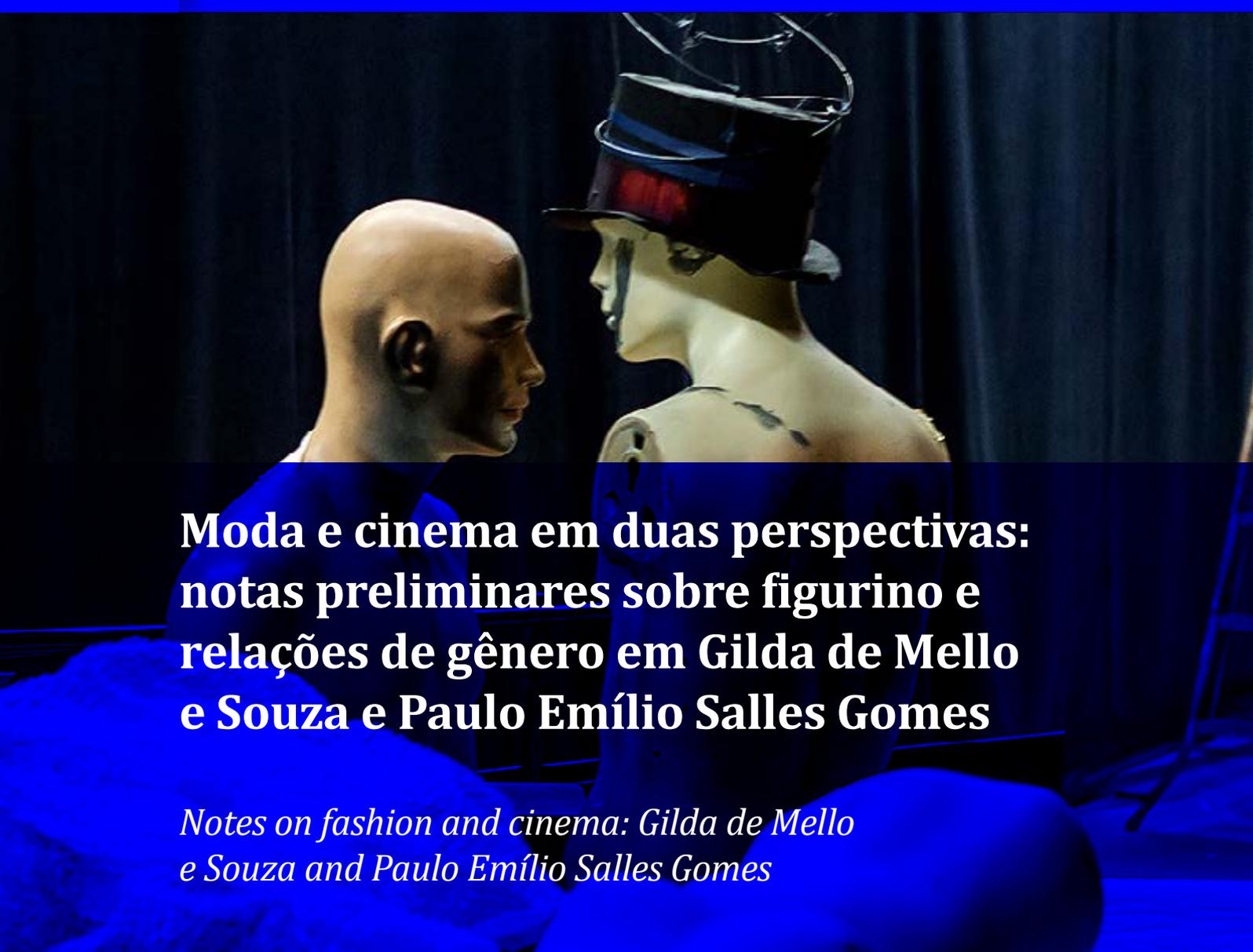
QUAL O povo mais apreciador de cinematographo? **A Scena Muda**, Rio de Janeiro, ano 1, n. 1. 31 de março de 1921, p. 15. Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=084859&pagfis=17>. Acesso em: 24 mai. 2022.

VIDA DOMÉSTICA. Rio de Janeiro, ano V, n. 81, out. 1924, p. 67. Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=830305&pasta=ano%20192&pesq=&pagfis=3813>. Acesso em: 24 mai. 2022.

VOZ DO CHAUFFEUR. Rio de Janeiro, ano II, n. 47, 3 ago. 1925, p. 17. Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=343390&pasta=ano%20192&pesq=&pagfis=438>. Acesso em: 24 mai. 2022.

## Agradecimentos

Revisora do texto: Ana Carolina Carvalho de Moraes. E-mail: [carvalho.carol@uol.com.br](mailto:carvalho.carol@uol.com.br)



**Moda e cinema em duas perspectivas:  
notas preliminares sobre figurino e  
relações de gênero em Gilda de Mello  
e Souza e Paulo Emílio Salles Gomes**

*Notes on fashion and cinema: Gilda de Mello  
e Souza and Paulo Emílio Salles Gomes*

Giulia Falcone<sup>1</sup>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4466-1199>

Victor Santos Vigneron<sup>2</sup>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8150-0386>

[**resumo**] Este artigo propõe uma aproximação entre a moda e o cinema a partir de dois autores de destaque no campo acadêmico brasileiro, os críticos Gilda de Mello e Souza e Paulo Emílio Salles Gomes. Embora guardem especializações epistemológicas próprias, Gilda com o estudo da moda e Paulo Emílio com a crítica de cinema, constata-se que nem Gilda e nem Paulo Emílio são estranhos ao objeto originalmente abordado pelo outro, visto que Gilda elabora uma série de análises de filmes nacionais e estrangeiros, enquanto Paulo Emílio não é de todo alheio à questão do figurino, e, conseqüentemente, da moda, em suas críticas cinematográficas. Assim, ao analisar os escritos de Gilda e de Paulo Emílio sobre moda e cinema, nota-se como as relações de gênero e de sexualidade se sobressaem enquanto questões de relevância na abordagem de ambos os autores, ainda que a perspectiva adotada por cada um seja distinta. Considera-se, enfim, que mesmo se as análises desenvolvidas por eles acerca desses temas não sejam isentas de reservas ou reavaliações, elas oferecem um viés introdutório a suas respectivas obras e a seus métodos críticos.

[**palavras-chave**] **Moda. Cinema. Figurino. Gilda de Mello e Souza. Paulo Emílio Salles Gomes.**

[**abstract**] This article aims to set a dialogue between fashion and cinema through the perspective of two prominent authors in the Brazilian academic field, the critics Gilda de Mello e Souza and Paulo Emílio Salles Gomes. Even though they retain their epistemological specializations, Gilda with the study of fashion and Paulo Emílio with the film critique, it appears that neither Gilda nor Paulo Emílio are strangers to the object initially addressed by the other, as Gilda elaborates a series of analyses of national and foreign films while Paulo Emílio is not entirely extraneous to the matter of costume, and, consequently, of fashion, in his film critics. Hence, when analyzing the writings of Gilda and Paulo Emílio on fashion and cinema, it is noticeable that the issues of gender and sexuality stand out as relevant matters within their approach, although the perspective adopted by each one is different. At last, it is regarded that even if the analyzes developed by them on these themes are not exempt from reservations or reassessments, it offers an introductory bias to their respective works and their critical methods.

[**keywords**] **Fashion. Cinema. Costume. Gilda de Mello e Souza. Paulo Emílio Salles Gomes.**

Recebido: 29-10-2021

Aprovado: 07-02-2022

<sup>1</sup> Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em História Social da Universidade de São Paulo (USP). Email: [giulia.falcone@usp.br](mailto:giulia.falcone@usp.br) Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9279604948390066>

<sup>2</sup> Doutorando do Programa de Pós-Graduação em História Social da Universidade de São Paulo (USP) Email: [victor.jousselandiere@usp.br](mailto:victor.jousselandiere@usp.br) Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3631322986229271>

## Introdução

No fim dos anos 1930, um punhado de estudantes de primeira hora da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras da Universidade de São Paulo (FFCL-USP) se reunia depois das aulas na Confeitaria Vienense. A escolha de um salão insuspeito para a confraternização de moças e rapazes era ainda uma providência necessária numa cidade que, então, se modernizava a olhos vistos sob a gestão Prestes Maia. A certa altura, Décio de Almeida Prado introduziu na turma seu amigo Paulo Emílio Salles Gomes. A primeira impressão não foi exatamente boa. Antes mesmo de aparecer, Paulo Emílio gerava certo acanhamento, uma vez que era precedido pelas lendas que o cercavam desde sua precoce entrada na vida pública paulistana, ainda em meados dos anos 1930.<sup>3</sup> De sua parte, recém-chegado de Paris, Paulo Emílio desconfiava da modernização paulistana em geral, bem como da fisionomia burguesa do grupo da Vienense. Vencida a fase das desconfianças mútuas, contudo, o grupo se cristalizou por meio de iniciativas coletivas, notadamente com a edição da revista *Clima* entre 1940 e 1944.

A publicação marca um momento de definição dos destinos desses jovens estudantes, processo este atravessado pelas hierarquias que selaram a distribuição de competências no interior do periódico (PONTES, 1998, p. 123-139). Enquanto a crítica, que definia a razão de ser da revista, foi dividida entre os homens, as mulheres dedicaram-se ao apoio logístico-afetivo e, mais raramente, à publicação de textos ficcionais, caso de Lygia Fagundes Telles, Dora Ferreira da Silva e Gilda de Mello e Souza. Esta última passaria nos anos seguintes ao âmbito acadêmico e à crítica, mas seu percurso institucional não deixou de ser marcado pela questão de gênero.

Quanto a Paulo Emílio, sua trajetória foi caracterizada por obstáculos de outra natureza. Sua designação como responsável pela crítica de cinema em *Clima* atendia a um interesse que havia sido despertado durante sua estadia na França. Contudo, o cinema era um ramo cultural relativamente desdenhado na época, correspondendo, portanto, a um polo fraco na revista. Essa situação do campo incidiria na tardia institucionalização acadêmica de Paulo Emílio, uma vez que os estudos cinematográficos só vieram a ser incorporados na universidade brasileira na década de 1960.

E, no entanto, o cinema foi um dos pontos de convergência entre Paulo Emílio e Gilda. Munido da experiência adquirida na comunidade cineclubista parisiense, o primeiro seria um dos organizadores do Clube de Cinema de São Paulo, onde foram exibidos filmes clássicos garimpados nas salas da cidade. A exibição, às vezes realizada na casa do próprio Paulo Emílio, era seguida por um comentário conduzido por intelectuais de destaque na época, entre os quais constam alguns professores da FFCL que marcaram o grupo da Vienense,

<sup>3</sup> Outro frequentador da Vienense, Antonio Candido de Mello e Souza referiria anos mais tarde as primeiras notícias que teve de Paulo Emílio: “Alguém me contou que era amalucado, comunista e havia toureado um bode na Cidade Universitária de Paris (o que ele confirmou mais tarde)” (CANDIDO, 1986, p. 55). Gilda de Mello e Souza evocaria, em depoimento, a atmosfera de apreensão desse primeiro encontro (MIS 00031PSG00012AD).

como Jean Maugué<sup>4</sup>. Embora não conste entre os organizadores do clube, sabe-se que Gilda frequentava suas sessões.

Existem, no entanto, indícios mais concretos da convergência das reflexões dos dois intelectuais em torno do cinema. Um exemplo dessa aproximação é a obra de Erich Stroheim. É conhecido o interesse de Paulo Emílio pelo diretor, que veio ao Brasil em 1954 nos marcos de uma pioneira retrospectiva de sua filmografia. A homenagem foi organizada pelo crítico brasileiro como parte das atividades do I Festival Internacional de Cinema do Brasil.<sup>5</sup> Outros intelectuais presentes na retrospectiva teceram suas considerações sobre a obra de Stroheim, inclusive Gilda de Mello e Souza, que publicou na revista *Anhembi* um artigo sobre *Esposas ingênuas* (1922, dir. Erich Stroheim) (MELLO E SOUZA, 1954)<sup>6</sup>.

O diálogo prosseguiu nas décadas seguintes. Da parte de Paulo Emílio, a leitura dos ensaios de Gilda emerge a certa altura como um parâmetro externo de suas reflexões sobre o cinema. Em seus ensaios, Gilda abordou o cinema com certa regularidade a partir dos anos 1950, participando do debate em torno de filmes importantes para a produção brasileira, como *O desafio* (1964, dir. Paulo César Saraceni), *Terra em transe* (1967, dir. Glauber Rocha) e *Os inconfidentes* (1972, dir. Joaquim Pedro de Andrade) (MELLO E SOUZA, 2008, p. 223-257). É interessante observar a irrupção do diálogo explícito dos dois intelectuais nos anos 1970. Afinal, se o breve comentário de Paulo Emílio sobre *O desafio* não menciona a leitura anterior e diverge de Gilda (SALLES GOMES, 1986, p. 254-255), sua rápida menção a *Os inconfidentes* (PI 0256) assume a análise da colega como índice da ampliação do impacto do cinema nacional, agora assumido pelo melhor do ensaísmo brasileiro.<sup>7</sup>

A especialização disciplinar não obsteu, assim, a colaboração intelectual. E esta não se estabeleceu apenas em território familiar a Paulo Emílio, ocorrendo também sua passagem ao campo de especialização de Gilda. No início dos anos 1970, por exemplo, ela orientou o doutorado tardio de seu colega, realizado em função das novas exigências estabelecidas pela Reforma Universitária de 1968. Diante da necessidade, então vigente, de produzir uma tese subsidiária ao longo do processo de titulação, Paulo Emílio apresentou à orientadora e a Walter Zanini um material relativo à participação das artes plásticas na Semana de

<sup>4</sup> Em debate realizado nos anos 1970 (PI 0625), Paulo Emílio mencionaria a importância de Maugué. Na mesma época, Gilda escreveria uma reflexão mais alentada sobre a contribuição deste e de outros professores franceses na FFCL (MELLO E SOUZA, 2008, p. 9-41).

<sup>5</sup> A retrospectiva foi complementada por comentários publicados na imprensa, como no jornal *O Estado de S. Paulo* (SALLES GOMES, 1954). Paulo Emílio voltaria a tratar da obra de Stroheim em 1957, no *Suplemento Literário* do mesmo jornal (SALLES GOMES, 2015, p. 93-99).

<sup>6</sup> Consta ainda entre os materiais de Gilda uma anotação sobre o mesmo filme realizada em 1966, onde há menção a Paulo Emílio (GMS CAD-15-41). Ainda no campo das preferências de repertório, ocorre uma convergência dos dois em torno de diretores italianos, como Luchino Visconti e Frederico Fellini.

<sup>7</sup> Em depoimento posterior (MIS 00031PSG00013AD), Gilda sugere a discordância silenciosa em relação a sua análise de *O desafio*, em contraste com o telefonema entusiástico que recebeu de Paulo Emílio após a leitura de seu ensaio sobre *Os inconfidentes*. A respeito de Glauber Rocha, Gilda lembraria, no mesmo depoimento, da divergência de Paulo Emílio em torno de sua posição sobre a obra posterior a *Terra em transe*. Convergência, portanto, não supõe adesão.

Arte Moderna de 1922 (PI 0840).<sup>8</sup> É curioso notar como esse documento, particularmente sensível aos atravessamentos de gênero no recrutamento de escritores e de pintores pelo Modernismo, parece retomar reflexivamente a própria trajetória dos dois intelectuais, voltando-se para um problema que esteve presente, como se viu, na composição do grupo Viennese-Clima.

\* \* \*

Gilda de Mello e Souza é correntemente lembrada como a pioneira da interpretação da moda no Brasil (PRADO, 2019), posição adquirida com sua obra *O espírito das roupas: a moda do século dezenove*. Trata-se de sua tese de doutorado, defendida em 1950, publicada no ano seguinte na *Revista do Museu Paulista* e transformada em livro pela editora Companhia das Letras, em 1987. Embora a tese represente uma rara incursão de Gilda no campo da moda – ao lado do artigo “Macedo, Alencar, Machado e as roupas”, publicado em *Novos Estudos* (MELLO E SOUZA, 1995) –, o tema constitui uma espécie de *leitmotiv* em seus estudos posteriores. Sempre condicionadas a seu olhar “estético e sociológico” (PONTES, 2004), as considerações sobre a moda aparecem com regularidade, seja em seus ensaios sobre as artes plásticas no Brasil, seja em seus exercícios de análise cinematográfica.

Em *O espírito das roupas*, a pluralidade das fontes a que Gilda recorre, a abranger literatura, fotografia, pranchas de moda, pintura e periódicos femininos, atesta o ecletismo de sua erudição e prenuncia a orientação dada por ela à cadeira de Estética, estabelecida contemporaneamente à obtenção de seu título de doutorado em Sociologia, na FFCL-USP. Assim como o esforço realizado por Gilda em seu doutorado, a premissa fundadora daquela cadeira correspondia precisamente a uma compreensão das artes em suas formas múltiplas e transversais, transpondo as fronteiras simbólicas e materiais entre seus diversos meios.<sup>9</sup>

Para além da evidência retrospectiva a respeito da escolha da moda como seu objeto de estudo na tese de doutoramento, a configuração da cadeira de Estética acentua uma característica da autora, que poderia ser sintetizada como a predisposição em rejeitar hierarquizações preexistentes entre as formas artísticas. Ao propor a interlocução entre diferentes formas artísticas, seja para debater a moda, seja para discutir o cinema, Gilda faz desse exercício de aproximação uma ponte para ampliar e aprofundar o olhar sobre o objeto em análise. É assim, por exemplo, que em *O espírito das roupas*, a pintura e a fotografia dão corpo à moda e a literatura dá vida a este corpo até então imóvel.<sup>10</sup> Algo semelhante acontece

<sup>8</sup> Em depoimento posterior, Paulo Emílio indica que a tese não foi acolhida positivamente pela banca (MIS 00257ATP00027AD).

<sup>9</sup> Anos mais tarde (MIS 00031PSG00013AD), Gilda aponta que sua arguição à tese de doutorado de Paulo Emílio, em 1972, procurava enfatizar justamente a transversalidade das soluções encontradas pelo colega para resolver as lacunas documentais que marcam largos períodos do cinema brasileiro.

<sup>10</sup> Sobre o uso da iconografia da moda em *O espírito das roupas*, Gilda escreve: “É verdade que o panorama será sempre um pouco estático, e para completá-lo seremos obrigados a lançar mão das observações do sociólogo, das crônicas do jornal e, principalmente, do testemunho dos romancistas, cuja sensibilidade aguda capta melhor que ninguém, nos meios elegantes, o acordo da matéria com a forma, da roupa com o movimento enfim, a perfeita simbiose em que a mulher vive com a moda” (MELLO E SOUZA, 1987, p. 24, grifo nosso).

em seus ensaios sobre o cinema, nos quais a moda, na forma do figurino, confere textura e materialidade à narrativa fílmica.

No que tange em particular à relação entre moda e cinema, é possível traçar uma articulação ainda mais intrincada nas considerações de Gilda, visto que o filme e o vestuário partilham da experiência comum do *movimento* – característica identificada pela autora, juntamente à forma, à cor e ao tecido, como uma das unidades estéticas básicas da moda. Assim, se a grande novidade do cinema consiste em conferir movimento à imagem, na moda é o movimento que recupera a dimensão material do vestuário, enfatizando sua agência – para além da representação simbólica – e seu caráter de objeto tridimensional que conforma e é conformado pelo corpo e pelos gestos. Em vista disso, pode-se considerar o filme como um meio intimamente ligado à moda, já que através dele o movimento do vestuário está representado e pode ser reproduzido.<sup>11</sup>

Considerando, assim, as particularidades da trajetória de Gilda de Mello e Souza e de Paulo Emílio Salles Gomes, os itens a seguir procuram dar uma forma sistemática à maneira como tais intelectuais visaram o problema das relações entre moda e cinema. Embora se situem em um mesmo ambiente cultural e social – a fração burguesa paulistana entre os anos 1940 e 1970 –, a posição ocupada por cada um incide em diferentes perspectivas diante do tema. Mais explícita em Gilda, a relação entre moda e cinema é um observatório privilegiado para analisar dois processos intelectuais marcados por reconfigurações e atravessados por impasses. Passemos, então, a esses processos.

### Paulo Emílio Salles Gomes: figurino no subdesenvolvimento

Em dezembro de 1946, André Bazin publicou em *L'écran français* o artigo “Entomologia da *pin-up*”. A respeito da voga erótica que vinha dos Estados Unidos, o crítico de cinema observava:

Nascida da guerra para os soldados americanos espalhados por um longo exílio nos quatro cantos do mundo, a *pin-up* logo se transformou em um produto industrial com normas bem determinadas, e qualidade tão estável quanto a da *peanut butter* ou do chiclete (BAZIN, 2014, p. 231).

Após descrever as características físicas da *pin-up*, Bazin acrescenta um dado essencial para explicar a força do fenômeno:

A roupa típica da *pin-up* é o maiô de duas peças, que coincide com os limites autorizados pela moda e pelo pudor social dos últimos anos. Entretanto, uma infinita variedade de sugestivos *déshabillés* – que, aliás, nunca excedem certas fronteiras

<sup>11</sup> A historiografia mais recente dedicada ao primeiro cinema aprofundou a análise das novas formas de percepção que entraram em cena no final do século XIX, para as quais a moda desempenha um papel central. A esse respeito, remetemos às considerações de Jonathan Crary (2004) a um pintor caro a Gilda de Mello e Souza, Gustave Manet.

rigorosamente definidas – pode também valorizar, escondendo-os habilmente, os encantos da *pin-up*. [...] A ciência desses *déshabillés* provocantes foi refinada. Hoje em dia, Rita Hayworth só precisa tirar as luvas para provocar reações de admiradores em uma sala americana<sup>12</sup> (BAZIN, 2014, p. 232).

É conhecida a relação entre Bazin e Paulo Emílio (XAVIER, 2014, p. 394-396). Mais discreto, porém, é o vínculo do crítico paulista com o fenômeno da “erotomania cinéfila”, que marcou a crítica francesa entre os anos 1940 e 1960 (BAECQUE, 2010, p. 299-331). A objetificação do corpo feminino e sua associação ao erotismo correspondiam a novos padrões de exposição, manifestados na Europa por filmes como *E Deus criou a mulher* (1956, dir. Roger Vadim) e *Monika e o desejo* (1953, dir. Ingmar Bergman). Como observa Bazin na passagem acima, o figurino ocupa um lugar central entre o desejo de ver e os códigos morais vigentes.<sup>13</sup> O que tende a encerrar o papel das roupas no interior do problema erótico.

Já foi observado que o tema do erotismo emerge com força nos artigos publicados por Paulo Emílio na passagem para os anos 1960 (SOUZA, 2002, p. 410-417). Por essa altura, o crítico aborda as novas tendências do erotismo europeu, não faltando as menções de praxe ao fenômeno Brigitte Bardot.<sup>14</sup> Paralelamente, os textos chamam a atenção para a reação da censura, organizada no Brasil por iniciativa da Confederação das Famílias Cristãs e encampada por frações do Judiciário e do Ministério Público. Um artigo que cristaliza as reflexões de Paulo Emílio nesse momento é “Erotismo e humanismo” (1958, *O Estado de S. Paulo*). Nele, repete-se a tendência, observada em Bazin, de mencionar o figurino em função do erotismo:

Logo que o encontro dos lábios se tornou insuficiente como indicação erótica, procurou-se a expressão de outros contatos da mesma natureza, tendo sido característica a gradativa aproximação da mão do homem do busto da mulher, o que não quer dizer que essa parte da anatomia feminina tenha tido sempre uma importância muito grande no plasticismo erótico do cinema ou fora dele. Muito pelo contrário, durante bastante tempo o busto desapareceu completamente não só das silhuetas das ingênuas como Lilian Gish, mas também das personagens encarregadas de evocar sentimentos eróticos. Os vestidos de Pola Negri eram concebidos para valorizar unicamente o ombro ou os braços e mesmo os decotes frontais de Vilma Banky, de intenção evidentemente sensual, procuravam evitar a modelagem do busto (SALLES GOMES, 1981, v. 1, p. 396).

<sup>12</sup> O autor se refere aqui a uma passagem de *Gilda* (1946, dir. Charles Vidor).

<sup>13</sup> Mais especificamente, o crítico se refere no artigo ao Código Hays, norma oficiosa de decoro em vigor nos EUA desde os anos 1930.

<sup>14</sup> A atriz francesa foi citada em “A descoberta da cama” (1960, *O Estado de S. Paulo*), “Irresponsabilidade e política” (1960, *O Estado de S. Paulo*), “Cinema e Prostituição” (1961, *O Estado de S. Paulo*) e “Conhecer e reconhecer” (1963, *Brasil, urgente*).

No início dos anos 1960 o erotismo acompanha a “conversão” de Paulo Emílio ao cinema brasileiro. Este teve seus lances escandalosos à época, em torno de filmes como *Boca de Ouro* (1963, dir. Nelson Pereira dos Santos) e, sobretudo, *Os cafajestes* (1962, dir. Ruy Guerra). Como ocorre em vários aspectos da trajetória do crítico por esses anos, configura-se também ao redor do erotismo um impasse cuja saturação é fundamental para liberar o problema do figurino de sua associação preferencial com a temática erótica e com o corpo feminino.

É possível esquematizar esse impasse em algumas passagens que tiveram lugar em torno de 1962. A princípio, a preocupação com as personagens femininas nos filmes baianos lançados no início da década prolonga aquela associação. Assim, atrizes como Luiza Maranhão e Dinalva Scher marcariam para o autor o advento de um erotismo propriamente brasileiro.<sup>15</sup> Um ponto de saturação dessa perspectiva parece ter lugar num roteiro cinematográfico escrito por Paulo Emílio em fevereiro de 1962, intitulado *Dina do cavalo branco* (PI 0116). Isso porque a figuração da personagem-título é marcada pela valorização de um erotismo popular, associado ao figurino simples de Dina. A ele é contraposto o encontro com o universo grã-fino, cujo erotismo espúrio é simbolizado pela tentativa de forçar a manicure de Dina e vesti-la com roupas de luxo.<sup>16</sup> A essa simplificação extrema, no entanto, sucede um progressivo abandono, ainda em 1962, da temática baiana e, mais especificamente, da centralidade das considerações sobre a fotogenia das atrizes locais. Essa passagem pode ser demarcada pelas considerações de Paulo Emílio a respeito da protagonista de *Porto das Caixas* (1962, dir. Paulo César Saraceni), representada por Irma Álvarez. Em suas considerações, o crítico paulista analisa a personagem à luz de sua situação bovariana, sendo indiferente nos comentários o problema do erotismo.<sup>17</sup>

Alguns anos depois, a continuidade no trabalho com roteiros cinematográficos apontaria para uma modificação significativa na posição ocupada pelo figurino na obra de Paulo Emílio. Num momento em que sua atuação na imprensa era restrita, sobretudo após o Golpe de 1964, o crítico adensaria o trabalho no campo da produção ficcional. Assim, a reflexão sobre o figurino se tornou objeto relevante na construção da atmosfera em que se passam os enredos: o Rio de Janeiro do Segundo Império em *Capitu* (1966), adaptação de *Dom Casmurro* escrita em parceria com Lygia Fagundes Telles<sup>18</sup>; a cidade de Diamantina na recordação de infância no roteiro *Em memória de Helena* (1967), adaptação de *Minha vida de menina*; a São Paulo dos anos 1920 em *Amar, verbo intransitivo* (1968-69), adaptação do livro homônimo de Mário de Andrade.

<sup>15</sup> As atrizes foram referidas, com diferença de dias, em “Na Bahia a coisa é séria” (1962, *Visão*) e “Perfis baianos” (1962, *O Estado de S. Paulo*).

<sup>16</sup> Caberia aqui a crítica feita por Jean-Claude Bernardet, já em 1967, à esquematização extrema da figuração do povo e da elite no cinema brasileiro no início dos anos 1960 (BERNARDET, 2007, p. 52-57).

<sup>17</sup> A atriz e sua personagem são referidas em “Primavera em Florianópolis” (1962, *O Estado de S. Paulo*), “Crimes que compensam” (1962, *O Estado de S. Paulo*) e “Um filme difícil?” (1963, *Visão*).

<sup>18</sup> Em depoimento posterior (MIS 00031PSG00013AD), Gilda de Mello e Souza faria ressalvas ao roteiro.

No conjunto, esses roteiros desenvolvem aquilo que em *Dina do cavalo branco* mostrou-se um impasse: as indicações de figurino abandonam um tratamento sumário ou maniqueísta e ganham peso os detalhes. Ao mesmo tempo, as roupas deixam de ser postas em relação exclusiva com o corpo erotizado feminino, sobretudo em *Amar, verbo intransitivo* (PI 0117), roteiro que marca a emergência da masculinidade como temática na obra de Paulo Emílio. Assim, o figurino deixa de ser uma metonímia das classes sociais, não permitindo mais uma leitura imediata (do tipo manicure = tara = grã-fino). Agora ele compõe, ao lado de outras indicações de cena, uma constelação de *sinais* que deve ser decifrada pelo espectador, ao que corresponde um adensamento na descrição das roupas.

Essa passagem é simultânea a outra transformação operada no interior dos estudos históricos de Paulo Emílio. A modificação, que envolve materiais didáticos produzidos pelo crítico na segunda metade dos anos 1960, conhece um ponto de cristalização em sua tese de doutorado, defendida em 1972 e publicada dois anos depois com o título *Humberto Mauro, Cataguases, Cinearte*. Aí, o problema do figurino é incorporado a uma reflexão mais ampla sobre o processo de formalização associado ao subdesenvolvimento. Tal articulação fica evidenciada em passagens como esta, a respeito de uma figura que aparece de relance em *Braza dormida* (1928, dir. Humberto Mauro):

Esse homem provoca a curiosidade de muitos espectadores, conforme pude verificar em aulas e clubes de cinema. Quanto a mim não me esqueci dele desde a primeira vez que o vi, apesar de tão fortuita a sua presença na tela. Muitos tendem a classificá-lo como um mendigo, mas hesitam por causa da gravata, esquecidos de que antigamente a universalidade dessa peça de indumentária abrangia até os mais deserdados. Não é a gravata ou qualquer outro sinal distintivo que me faz ver nele um homem que trabalha, mas uma sensação que toma forma logo que ele se levanta e parte: a de que se trata de alguém que empregou a interrupção do meio-dia para vir comer num jardim o seu irrisório farnel (SALLES GOMES, 1974, p. 224).

Nessa passagem, os indícios levantados a partir do figurino levam Paulo Emílio a considerações em diferentes sentidos. Por um lado, o autor aproxima a análise da personagem ao processo de configuração e, mais que isso, de formalização da pobreza nos filmes de Mauro. Mas, além disso, é o próprio subdesenvolvimento que se manifesta no desvão entre a apropriação dos filmes estrangeiros e a “incompetência criativa em copiar”, fórmula enunciada na célebre tese produzida pouco depois do doutoramento, intitulada “Cinema: trajetória no subdesenvolvimento” (SALLES GOMES, 2016, p. 190). Ainda que tenha em mente os filmes estadunidenses de ação, Humberto Mauro não consegue fugir aos tipos e figurinos da Zona da Mata Mineira, deformando por esse prisma a marca da produção estrangeira, incorporada em diálogo com os bandidos rurais que povoam o imaginário da região.

É interessante lembrar, mais uma vez, que Gilda de Mello e Souza orientou e avaliou a tese de Paulo Emílio. Em sua arguição (MELLO E SOUZA, 2008, p. 259-270), ela chama a atenção para o fato de que o autor da tese sobre Mauro se comportava àquela altura como um perito. A noção de “perícia” se liga, nesse comentário, aos estudiosos de artes plásticas no século XIX, como Giovanni Morelli, e à Escola de Warburg; o termo se refere de uma maneira geral ao trabalho com elementos discretos e reveladores dos objetos, que portam chaves para a compreensão de certas dinâmicas históricas.<sup>19</sup> Ora, os diversos lances que levaram Paulo Emílio a incorporar topicamente o problema do figurino em seu olhar de perito podem ser compreendidos à luz da trajetória que esboçamos até aqui e que engastam o tema na problemática mais ampla do subdesenvolvimento.

### Gilda de Mello e Souza: o filme pelo viés do figurino

A perícia na busca pelos sinais a serem decodificados em uma obra de arte, a que Gilda de Mello e Souza se refere como característica própria de Paulo Emílio, é também uma qualidade partilhada por ela. É perceptível como o esforço de Gilda em pôr em diálogo diversas formas artísticas para a compreensão de uma obra específica é parte fundamental da empreitada minuciosa de costurar retalhos, que aparentemente não se combinam, em um tecido bem urdido. É por esse meio, certamente, que a autora analisa o figurino em obras cinematográficas, especialmente ao tratar dos filmes de Luchino Visconti.

Os figurinos nos últimos filmes de Visconti foram comentados por Gilda em duas ocasiões: em texto escrito em 1971 em parceria com Antonio Candido, no qual analisa *Os deuses malditos* (1969, dir. Luchino Visconti) (MELLO E SOUZA, 2008, p. 209-222), e em uma entrevista de 1992 a Carlos Augusto Calil, em que discute *Violência e paixão* (1974, dir. Luchino Visconti).<sup>20</sup> Em ambos os casos, Gilda encara o figurino como um elemento do “sistema simbólico geral” (MELLO E SOUZA, 2008, p. 212) da obra, em que é preciso atentar aos vestígios deixados por Visconti, argumentando que, por ser “totalmente apaixonado pelas formas da vestimenta”, em seus filmes “o exterior das pessoas, que é dado pela vestimenta [...], é tão importante quanto a narrativa” (MELLO E SOUZA, 1992). Desse modo, a perícia se faz necessária para captar os sinais que não recorrem ao clichê, exigindo do espectador a atenção aos detalhes que entremeiam a narrativa fílmica por meio do figurino.

Gilda nota, por exemplo, em *Os deuses malditos*, cuja narrativa se centra na transformação da tradicional família aristocrático-burguesa alemã em aliada do Partido Nacional-Socialista, a recusa de Visconti em reproduzir a “semiologia oficial” (MELLO E SOUZA,

<sup>19</sup> O tema da perícia, em chave epistemológica, seria recuperado num ensaio célebre de Carlo Ginzburg (1989, p. 143-179), aliás lido posteriormente por Gilda de Mello e Souza (ARANTES, 2006).

<sup>20</sup> Por seu turno, Paulo Emílio escreveu um comentário sobre *Noites brancas* (1957, dir. Luchino Visconti), intitulado “Infidelidade de Visconti” e publicado em *O Estado de S. Paulo* (SALLES GOMES, 1981, v. 1, p. 443-447). Os filmes comentados por Gilda correspondem já a um período em que Paulo Emílio, programaticamente, pouco discute o cinema estrangeiro.

2008, p. 210) de filmes que retratam a Alemanha nazista. Assim, o diretor explora o figurino como uma forma de complexificar a narrativa fílmica, um recurso para introduzir as personagens na trama que irá se desenvolver e para acentuar aquilo que não é descrito nas falas ou gestos. A análise arrematada por Gilda elucida a função vital que o figurino assume no filme de Visconti:

As imagens existem com significação autônoma, mas podem cobrir uma outra significação, latente, bem mais profunda. Por exemplo: no jantar de aniversário o S.S. *Hauptsturmfuehrer* Aschenbach traz à lapela de seu *smoking* uma pequena cruz gamada de ouro; todavia esta não é mero distintivo, mas o *goldenen Parteia-bzeichens*, a que só tinham direito militantes de destaque. Outro caso: a gordura e a própria fisionomia de Konstantin von Essenbeck já sugerem certa semelhança; mas é um determinado sintagma – a capa impermeável combinada ao chapéu de feltro quebrado na testa – que nos faz aproximá-lo de Goering, que aparece vestido assim em várias fotografias da época (MELLO E SOUZA, 2008, p. 210-211).

Uma leitura similar é realizada em relação à personagem interpretada por Silvana Mangano em *Violência e paixão*, a decadente condessa italiana que se aproxima da personagem contida e polida interpretada por Burt Lancaster, o professor, durante os turbulentos anos 1970. Gilda aponta como o vestuário luxuoso da condessa, com *pellicci* que remetem diretamente à alta moda italiana<sup>21</sup>, se contrapõe às suas ações, descritas pela autora como “vulgares” (MELLO E SOUZA, 1992). Assim, o paradoxo entre o “bom gosto” apresentado no vestuário e a representação da vulgaridade nas ações da condessa “foi evidentemente procurado” (MELLO E SOUZA, 1992), sugerindo uma crítica ao tipo aristocrático por parte do diretor.

Ademais, os figurinos dos filmes de Visconti não se balizam apenas nas relações entre classes, mas também se desenvolvem por meio das relações de gênero e de sexualidade. Nesse sentido, as escolhas do vestuário das personagens interpretadas por Helmut Berger em ambos os filmes de Visconti analisados por Gilda são particularmente interessantes de serem analisadas, visto que as fronteiras entre a norma e o desvio são reiteradamente desfeitas e refeitas em consonância às transformações sociais focalizadas ao longo da narrativa fílmica.

As reconfigurações nas demarcações do feminino e do masculino ao longo do século XX, devidamente representadas nos filmes e nos figurinos de Visconti, não passam despercebidas por Gilda e desafiam a perspectiva antagônica a partir da qual a autora havia compreendido as relações entre gêneros acerca da moda do século XIX em *O espírito das roupas*. Nos capítulos de sua tese em que se debruça sobre as questões de gênero, “O antagonismo” e “A cultura feminina” (MELLO E SOUZA, 1987, p. 52-107), a autora analisa os marcadores

<sup>21</sup> Nos créditos iniciais do filme, é apontado, inclusive, que as peles utilizadas no figurino da condessa são da marca de luxo italiana Prada.

materiais e simbólicos que produzem e reproduzem a oposição entre o feminino e o masculino através das roupas, argumentando que a heterogeneidade nas produções e nas representações do vestuário conformam, tal qual sugerido pelo título de um dos capítulos, um antagonismo.

As conjunturas em que têm lugar as tramas desenvolvidas por Visconti, contudo, já permitem vislumbrar deslocamentos importantes e incontornáveis acerca da questão de gênero e de sexualidade. Em *Os deuses malditos*, Berger interpreta o jovem Martin von Esenbeck, herdeiro das indústrias de sua família, que tem sua primeira aparição vestido de mulher em um figurino burlesco, uma referência à personagem Lola, vivida por Marlene Dietrich no filme *O anjo azul* (1930, dir. Josef Sternberg). Gilda identifica o uso do figurino burlesco por Martin como “elemento de perturbação” (MELLO E SOUZA, 2008, p. 215), uma provocação ao tradicionalismo familiar encabeçado e representado por seu avô, o homenageado da noite de celebrações em que seus netos preparam um “show de talentos” na sala de estar, dentre os quais figura o momento transformista de Martin.

Mais do que a transgressão do figurino transformista – as meias arrastão, o *corset*, o salto alto –, chama a atenção o fato de Martin manter a maquiagem do figurino burlesco durante o jantar em família, mesmo após o fim da breve performance que antecede o banquete. Além da síntese entre a excentricidade da maquiagem e a sobriedade do *smoking* representar as contradições de Martin entre a tradição burguesa e a transgressão boêmia, o contraste entre o momento inicial e final de Martin – a fantasia de Lola e a farda nazista, respectivamente – concentra as transformações sociais que atravessam a Alemanha no decorrer de uma década, da liberação sexual dos anos 1920 ao conservadorismo do período nazista. A síntese desse movimento, concentrado na personagem de Martin, é pontuada por Gilda:

O nazismo, no entanto, criou um estado de coisas onde os degenerados, longe de destoar, encaixam-se normalmente. A personalidade disponível de Martin, sua humanidade ausente, será de agora em diante preenchida num sentido inverso: o seu último *travesti* será a farda de S.S. (MELLO E SOUZA, 2008, p. 221).

Todavia, se em *Os deuses malditos* a violação das barreiras de gênero é explícita e parece fazer parte de um repertório mais amplo e perigoso das perversões de Martin – nomeadamente, a pedofilia e o incesto –, em *Violência e paixão* o limiar entre o feminino e o masculino na personagem de Berger, o jovem Konrad, é tratada com mais sutileza, ao passo que tampouco parece se originar de um comportamento malicioso.

Já de partida, deve ser notado que o figurino de Konrad é elaborado por Yves Saint Laurent, *couturier* a quem se atribui muitas das transformações nas vestimentas femininas, desde o abandono das silhuetas acinturadas à popularização do *smoking* para mulheres. Embora a incursão de Saint Laurent no universo do figurino não tenha sido inaugurada por *Violência e paixão* – de maneira geral, Saint Laurent produziu o figurino de balés e óperas e de personagens femininas no cinema, sendo os mais reconhecidos aqueles pertencentes a Claudia Cardinale em *A pantera cor-de-rosa* (1963, dir. Blake Edwards) e a Catherine

Deneuve em *A bela da tarde* (1967, dir. Luis Buñuel) –, a produção do figurino para uma personagem masculina merece destaque, especialmente tendo em vista os constantes cruzamentos entre feminino e masculino nas produções de Saint Laurent.

É possível ainda notar um movimento narrativo particular ao figurino de Konrad, no qual a personagem é vestida de acordo com a posição relacional que assume frente às outras personagens em cena. Assim, ao ser introduzido como chofer da condessa interpretada por Silvana Mangano – a quem serve também como amante, conforme revelado adiante na trama –, Konrad porta uma boina cujo modelo é popularmente conhecido como *poor boy's cap*, o “boné de menino pobre”. O *trenchcoat* e a gravata usados por Konrad também contrastam com o casaco de pele Prada da condessa e com o vestuário de lazer da filha e de seu noivo, remetendo às características de um uniforme de trabalho e, conseqüentemente, enfatizando sua posição enquanto subordinado à família.

Outro momento marcante do figurino de Konrad se dá com sua aproximação à figura do professor, em que o jovem porta um paletó de *tweed* em tons terrosos, semelhante àquele recorrentemente usado por este, estilo que inevitavelmente nos remete ao traje tradicional da figura acadêmica.<sup>22</sup> A afinidade entre Konrad e o professor, devidamente representada pelo figurino, marca um *turning point* na trama, uma vez que essa nova relação permite que Konrad se desprenda do domínio da condessa, ao passo que o professor se defronta com o desejo, até então aparentemente reprimido por suas preocupações intelectuais.

Apesar de Gilda, em sua entrevista sobre *Violência e paixão*, não tratar do figurino das personagens masculinas, o entrevistador a questiona acerca da natureza da relação entre o professor e Konrad, no que a comentadora responde que a paixão do primeiro configura uma relação em que está “intelectualmente apaixonado, não eroticamente” (MELLO E SOUZA, 1992). Certamente é possível argumentar que o desejo do professor por Konrad assume uma dimensão metafísica, uma vez que não se concretiza fisicamente. Contudo, os vestígios materiais do figurino sugerem uma relação mais íntima e decididamente carnal, desde a emulação do vestuário do professor por Konrad ao deslumbramento do professor pelo seu figurino mínimo – do uso somente das roupas de baixo às cenas de nudez.

Talvez não seja impróprio, portanto, sugerir a hipótese de que a narrativa contada por Visconti por meio figurino em *Violência e paixão* tenha escapado ao olhar de Gilda, possivelmente porque as transformações sociais sobre as relações de gênero e de sexualidade, tão marcantes desde o período vigente no filme, não tenham se assentado à época no repertório da autora. Assim, as análises de Gilda sobre a relação entre Konrad e o professor remetem a uma questão geracional em vez de sexual (MELLO E SOUZA, 1992). E embora as diferenças de geração também estejam presentes no figurino – como no contraste do paletó de *tweed* do professor e da camiseta branca e *blue jeans* de Konrad –, certamente não são apenas essas as características que se sobressaem ao espectador do século XXI.

<sup>22</sup> Interessante notar que no depoimento de 1990 (MIS 00031PSG00013AD), Gilda rememora um dos paletós utilizados por Paulo Emilio nos anos 1970, importado da Inglaterra, provavelmente um paletó de *tweed*, tal qual aquele associado ao acadêmico em *Violência e paixão*.

## Considerações finais

Ainda na entrevista concedida em 1992, Gilda afirma, a respeito da moda nos filmes de Visconti, que ela “é real, é fiel e ao mesmo tempo é inventada” (MELLO E SOUZA, 1992). Essa breve citação, embora pareça singela quando deslocada de seu contexto original, guarda uma premissa fundamental para uma abordagem do figurino com vistas a uma problemática histórica. Isso porque, além de compor a atmosfera em que a narrativa fílmica se passa, o figurino é sempre sensível aos problemas histórico-sociológicos do período em que é elaborado. Com efeito, o figurino historicamente comprometido com a moda – menos como imitação ou paródia, mais como interpretação e representação – admite, portanto, uma análise dialógica entre o figurino e a problemática histórica.

Pode-se dizer, nesse sentido, que a afirmação de Gilda converge com a posição assumida por Paulo Emílio ao cabo de uma trajetória de reflexões e de experiências em torno da questão do figurino. Afinal, em sua atuação como roteirista, ao longo dos anos 1960, pode-se observar um processo de complexificação da abordagem do tema, que passa do esquematismo de *Dina do cavalo branco* à preocupação com a configuração de uma atmosfera do Segundo Império em *Capitu* e, enfim, ao tratamento inicial do problema da masculinidade em *Amar, verbo intransitivo*. Em termos formais, como vimos, essa passagem corresponde à substituição de um uso metonímico do figurino para uma maior atenção aos detalhes que conformam seu caráter indicial.

Essa tendência que se consolida paulatinamente até o fim da década é transposta e desdobrada no estudo sobre os filmes silenciosos de Humberto Mauro, em 1972, em que o figurino é uma das peças para a identificação das relações do diretor mineiro com o cinema estadunidense. O figurino emerge aí, ainda que de forma tópica, como índice do subdesenvolvimento não por sua condição imediatamente “documental”, mas pelo seu lugar no processo inventivo de Mauro. O figurino é, dessa forma, um dos elementos em que ocorre uma formalização do subdesenvolvimento, o que significa dizer – evocando as palavras de Gilda – que ele é real, mas ao mesmo tempo inventado.

O trânsito entre figurino e subdesenvolvimento converge, assim, com a observação de Gilda segundo a qual “não é possível estudar uma arte, tão comprometida pelas injunções sociais como é a moda, focalizando-a apenas nos seus elementos estéticos” (MELLO E SOUZA, 1987, p. 50). Dessa forma, o figurino, como desdobramento da moda, pode também ser observado por meio das “ligações ocultas que mantém com a sociedade” (MELLO E SOUZA, 1987, p. 51). Aliás, é esse o caso de filmes como *E Deus criou a mulher*, cuja exploração da nudez de Brigitte Bardot se associa a uma tendência de objetificação do corpo feminino<sup>23</sup>, ou ainda de *Violência e paixão* e *Os deuses malditos*, filmes associados ao questionamento das concepções e das divisões convencionais de gênero e de sexualidade.

E, contudo, não é apenas o figurino que simboliza e evidencia questões de ordem histórico-sociológica em voga na narrativa fílmica. A própria crítica é suscetível de manifestar e

<sup>23</sup> Lembre-se a esta altura que o texto de André Bazin acima citado chama-se “Entomologia da *pin-up*”. Entomologia é a designação para o ramo da Biologia dedicado ao estudo e à classificação dos insetos.

reproduzir os costumes e as tendências das relações sociais vigentes. É de se lembrar, como procuramos demonstrar a partir do caso de Paulo Emílio e de Gilda, que ambos terminam presos nessas malhas, revelando em suas trajetórias as marcas de seu ponto de vista histórico, que transparecem em seus comentários. Produto da interação entre objeto e análise, a crítica é invariavelmente marcada, assim, pelo próprio olhar do comentador, embora essa marca apareça ora de forma atenuada, ora de forma exacerbada.<sup>24</sup> Porém, se a presença constante do olhar do artista ou do crítico sobre a obra de arte é inevitável, isso não quer dizer que deva ser buscada uma escapatória ao olhar alheio – interessa, sobretudo, redirecionar o olhar crítico à própria crítica.

Em que pese as mudanças, limites e contradições da trajetória crítica de Gilda e de Paulo Emílio, pode-se dizer que ambos se aproximam do que se poderia nomear como um “método” a propósito da moda e do figurino. Tal método não é enunciado de forma explícita pelo crítico de cinema, mas é nele reconhecido por sua colega da Estética na já mencionada arguição à sua tese de doutorado. Afinal, a observação da interação entre moda e sociedade (ou, em chave mais complexa, entre figurino, filme e sociedade) deve se abrir à interação das formas artísticas num olhar sem hierarquias definidas.<sup>25</sup> Além disso, o olhar deve incorporar ainda a qualidade da perícia, entendida como trabalho artesanal no trato com as formas, que revela, a partir de detalhes aparentemente insignificantes – uma gravata num filme de Mauro, o *blue jeans* do jovem Konrad – elementos significativos para a análise.

De certa forma, esse método alimentou o exercício proposto neste artigo. Em nossa tentativa preliminar de releitura de certos aspectos da trajetória de Paulo Emílio Salles Gomes e de Gilda de Mello e Souza, procuramos recompor a presença nesses autores da problemática histórica das relações de gênero e da sexualidade por meio de suas considerações sobre a moda, o figurino e o cinema. Se ainda hoje essas dimensões são olhadas com certas reservas pela academia, esperamos que as propostas e os dilemas presentes nesses dois autores sejam incorporados como questões de grande relevância para a análise histórica ou sociológica, de modo que moda e cinema sejam compreendidos em suas relações intrínsecas e complementares enquanto formas artísticas.

<sup>24</sup> Ou, nas palavras de Gilda: “Eu acho que toda visão que nós temos de uma obra de arte é uma visão muito deformada pelo olhar do observador. Eu acho que minha visão é muito deformada pela minha personalidade e pela minha personalidade apolítica em muitos casos” (MELLO E SOUZA, 1992).

<sup>25</sup> A propósito de *Violência e paixão*, Gilda lembra que *conversation piece* (título do filme em inglês) designa um gênero da retratística inglesa especialmente apreciado no século XVIII, e que, inclusive, corresponde a uma importante fonte visual para compêndios de história da moda, especialmente entre historiadores da moda ingleses, como Willet C. Cunnington e James Laver, cujos trabalhos são referenciados por Gilda em *O espírito das roupas* (CUNNINGTON, 1948; LAVER, 1946; MELLO E SOUZA, 1987).

## Referências documentais

*Cinemateca Brasileira, Arquivo Paulo Emílio Salles Gomes: Série Produção Intelectual (PI)* 0116, 0117, 0256, 0625, 0840.

*Entrevista com Gilda de Mello e Souza.* [S. l.: s. n.], 1992. 1 vídeo (15 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=IMb9nUHv9GY>. Acesso em: 25 out. 2021.

*Instituto de Estudos Brasileiros da Universidade de São Paulo, Arquivo Gilda de Mello e Souza:* CAD-15-41.

*Museu da Imagem e do Som de São Paulo:* 00031PSG00012AD, 00031PSG00013AD, 00257ATP00027AD.

## Referências bibliográficas

ARANTES, Otilia Fiori. Notas sobre o método crítico de Gilda de Mello e Souza. **Estudos avançados**, v. 20, n. 56, São Paulo, 2006, p. 311-322. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/discurso/article/view/62567>. Acesso em: 29 de out. de 2021.

BAECQUE, Antoine de. **Cinefilia**: invenção de um olhar, história de uma cultura, 1944-1968. São Paulo: Cosac Naify, 2010.

BAZIN, André. **O que é o cinema?** São Paulo: Cosac Naify, 2014.

BERNARDET, Jean-Claude. **Brasil em tempo de cinema**: ensaio sobre o cinema brasileiro de 1958 a 1966. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

CANDIDO, Antonio. "Informe político". In: SALLES GOMES, Paulo Emílio. **Paulo Emílio**: um intelectual na linha de frente. São Paulo/Rio de Janeiro: Brasiliense/Embrafilme, 1986, p. 55-71.

CRARY, Jonathan. "A visão que se desprende: Manet e o observador atento no fim do século XIX". In: CHARNEY, Leo; SCHWARTZ, Vanessa (Org.) **O cinema e a invenção da vida moderna**. São Paulo: Cosac Naify, 2004, p. 67-94.

CUNNINGTON, Willet C. **The Art of English Costume**. Londres: Collins Clear-Type Press, 1948.

GINZBURG, Carlo. **Mitos, emblemas, sinais**: morfologia e história. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LAYER, James. **Taste and Fashion from the French Revolution to the Present Day**. Londres: George Haarp, 1946.

MELLO E SOUZA, Gilda de. “*Foolish wives*”. **Anhembi**, São Paulo, n. 46, 1954, p. 206-211.

MELLO E SOUZA, Gilda de. **O espírito das roupas**: a moda no século dezenove. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

MELLO E SOUZA, Gilda de. “Macedo, Alencar, Machado e as roupas”. **Novos Estudos**, São Paulo, n. 41, 1995, p. 111-119. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/mael/a/xTzQsVSmYfbvwD9VQtMp9rM/?lang=pt>. Acesso em: 29 de out. de 2021.

MELLO E SOUZA, Gilda de. **Exercícios de leitura**. São Paulo: Editora 34/Duas Cidades, 2008.

PONTES, Heloisa. **Destinos mistos**: os críticos do Grupo Clima em São Paulo (1940-68). São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

PONTES, Heloisa. Modas e modos: uma leitura enviesada de “O espírito das roupas”. **Cadernos Pagu**, Campinas, v. 22, 2004. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cpa/a/XjQdfSgp58vvCfPhrrTtVym/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 29 de out. de 2021.

PRADO, Luís André do. Gilda de Mello e Souza e a emergência do campo da moda no Brasil (1800-1990). **Revista de História**, São Paulo, n. 178, 2019. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/revhistoria/article/view/137772>. Acesso em: 29 de out. de 2021.

SALLES GOMES, Paulo Emílio. “Retrospectiva Erich von Stroheim”. **O Estado de S. Paulo**, 14/02/1954, p. 92.

SALLES GOMES, Paulo Emílio. **Humberto Mauro, Cataguases, Cinearte**. São Paulo: Perspectiva, 1974.

SALLES GOMES, Paulo Emílio. **Crítica de cinema no Suplemento Literário**. Rio de Janeiro: Paz & Terra, 1981, 2 v.

SALLES GOMES, Paulo Emílio. **O cinema no século**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

SALLES GOMES, Paulo Emílio. **Uma situação colonial?** São Paulo: Companhia das Letras, 2016.

SOUZA, José Inacio de Melo. **Paulo Emílio no Paraíso**. Rio de Janeiro: Record, 2002.

XAVIER, Ismail. “Bazin no Brasil”. In: BAZIN, André. **O que é o cinema?** São Paulo: Cosac Naify, 2014, p. 388-399.

## Filmes citados

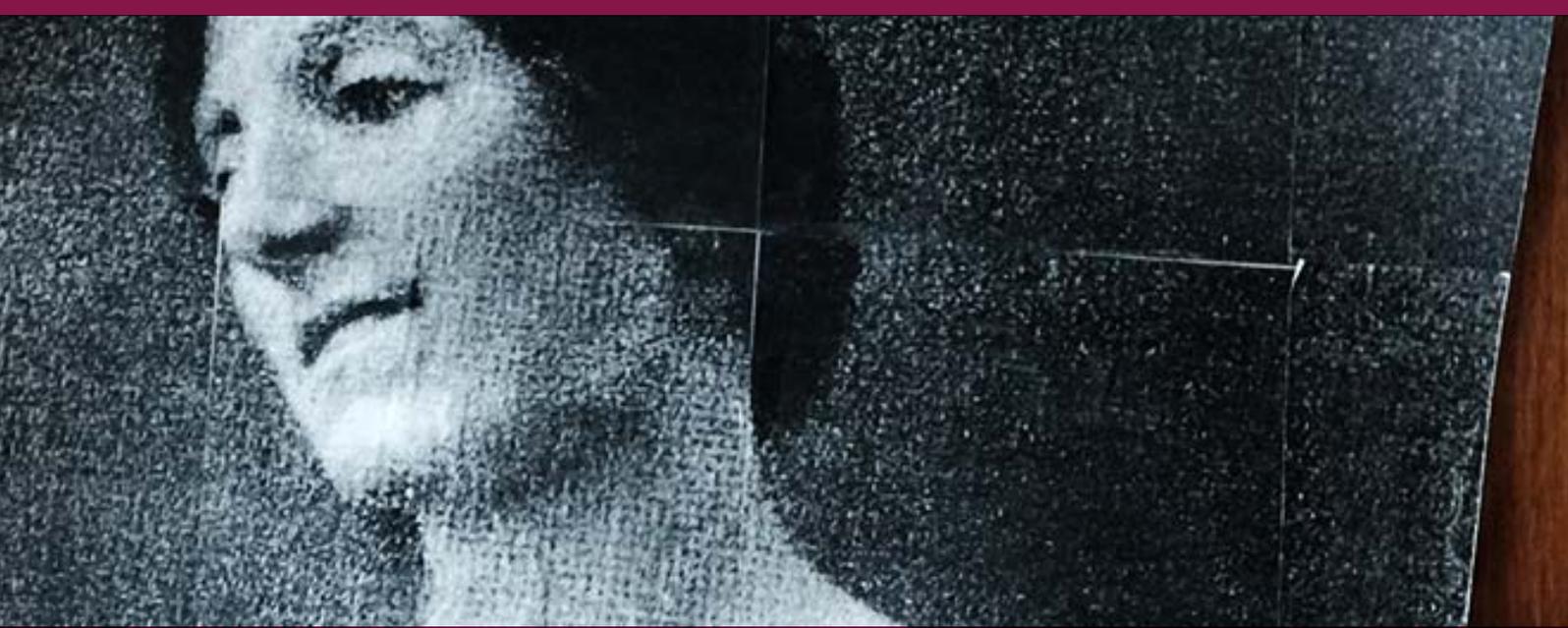
ANJO Azul, O. Dir. Josef Sternberg, Alemanha, 1930.  
BELA da tarde, A. Dir. Luis Buñuel, França/Itália, 1967.  
BOCA de Ouro. Dir. Nelson Pereira dos Santos, Brasil, 1963.  
BRAZA dormida. Dir. Humberto Mauro, Brasil, 1928.  
CAFAJESTES, Os. Dir. Ruy Guerra, Brasil, 1962.  
DESAFIO, O. Dir. Paulo César Saraceni, Brasil, 1964.  
DEUS criou a mulher, E. Dir. Roger Vadim, França, 1956.  
DEUSES malditos, Os. Dir. Luchino Visconti, Itália/Alemanha Ocidental, 1969.  
ESPOSAS ingênuas. Dir. Erich Stroheim, Estados Unidos, 1922.  
GILDA. Dir. Charles Vidor, Estados Unidos, 1946.  
INCONFIDENTES, Os. Dir. Joaquim Pedro de Andrade, Brasil, 1972.  
MONIKA e o desejo. Dir. Ingmar Bergman, Suécia, 1953.  
NOITES brancas. Dir. Luchino Visconti, Itália, 1957.  
PANTERA Cor-de-Rosa, A. Dir. Blake Edwards, Estados Unidos, 1963.  
PORTO das Caixas. Dir. Paulo César Saraceni, Brasil, 1962.  
TERRA em transe. Dir. Glauber Rocha, Brasil, 1967.  
VIOLÊNCIA e paixão. Dir. Luchino Visconti, Itália, 1974.

## Agradecimentos

Revisora do texto: Giselle Mussi de Moura, Bacharela em Letras - Português e Russo pela USP e Mestre em Letras - Literatura e Cultura Russa pela USP.

[artigos]





## **A representação da mulher “feminista” na televisão brasileira: o figurino da personagem Malu no seriado “Malu Mulher”**

*The representation of the “feminist” woman  
on Brazilian television: the costume of the  
character Malu in the series “Malu Mulher”*

Elisabeth Murilho da Silva<sup>1</sup>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5156-5170>

Laise Lutz Condé de Castro<sup>2</sup>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7194-5704>

**[resumo]** O presente artigo analisa a representação da mulher identificada com os ideais feministas na televisão brasileira através da aparência da personagem Malu no seriado *Malu Mulher* (1979-1980). Essa produção da Rede Globo de Televisão colocava em cena as transformações no cotidiano feminino de classe média propondo uma visão moderna no contexto da cultura patriarcal brasileira. Considerando a importância da aparência como instrumento de dominação sobre a mulher (WOLF, 1992) e o audiovisual como uma Tecnologia do Gênero (LAURETIS, 1994) que corrobora na construção de modelos femininos normativos, essa personagem apresentava um desafio para a produção, dado os estereótipos atribuídos à figura da mulher feminista e sua representação inédita em um país que convivia com a censura do governo militar.

**[palavras-chave]** **Gênero e audiovisual. Representações femininas. Malu Mulher.**

**[abstract]** This article analyzes the representation of women identified with feminist ideals on Brazilian television through the appearance of the character Malu in the series *Malu Mulher* (1979-1980). This production by Rede Globo de Televisão highlighted the transformations in the everyday life of middle-class women, proposing a modern vision in the context of Brazilian patriarchal culture. Considering the importance of appearance as an instrument of domination over women (WOLF, 1992) and the audiovisual as a Gender Technology (LAURETIS, 1994) that corroborates the construction of normative female models, this character presented a challenge, given the stereotypes attributed to feminist woman and her unprecedented representation in a country that lived with the censorship of the military government.

**[keywords]** **Gender and audiovisual. Female representations. Malu Mulher.**

Recebido: 25-01-2022

Aprovado: 03-05-2022

---

<sup>1</sup> Doutora em Ciências Sociais (Antropologia) pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Professora do Programa de Pós-Graduação em Artes, Cultura e Linguagens da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). E-mail: [murilho@gmail.com](mailto:murilho@gmail.com). <http://lattes.cnpq.br/7877894686460721>.

<sup>2</sup> Doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Artes, Cultura e Linguagens da Universidade Federal de Juiz de Fora. E-mail: [laiselutz1@hotmail.com](mailto:laiselutz1@hotmail.com). <http://lattes.cnpq.br/0861266036234236>.

## Introdução

Desde a última década o feminismo voltou ao destaque através da mídia e de movimentos sociais, publicações, debates acadêmicos e lutas cotidianas das mulheres em busca de ampliação e reconhecimento de seus direitos. Tal destaque, que as redes sociais contemporâneas ajudaram a replicar, concentra-se em questões como aborto, direito ao corpo, sexualidade, assédio sexual, entre outros. Embora esses assuntos ganhem novos contornos, com o aprofundamento das discussões acerca das diferentes realidades a que as mulheres estão submetidas, nem a luta e nem a visibilidade são novas. Ao contrário, ao final da década de 1970 alguns desses temas foram tratados na televisão através do seriado *Malu Mulher*, exibido pela Rede Globo de Televisão, de 1979 a 1980.

Este artigo tem o objetivo de analisar a representação da protagonista *Malu*, a primeira personagem associada aos ideais feministas apresentada nas telas brasileiras. O seriado *Malu Mulher* propunha um novo enfoque sobre o feminino, ao retratar o cotidiano urbano e de classe média, discutindo a condição da mulher contemporânea. Tais questões já estavam sendo amplamente debatidas naquele momento, a partir do recrudescimento dos movimentos feministas organizados em todo o país e da instauração da *Década da Mulher* (1975-1985) pela ONU, que promoveu conferências no Brasil e em vários países do mundo.

Assim, a partir do figurino da protagonista e de suas correspondências na história da moda e da aparência, pretende-se interpretar os possíveis significados sociais engendrados na obra. Dado que a beleza feminina sempre foi o instrumento principal pelo qual a dominação masculina se mantém (WOLF, 1992), o figurino é fundamental para compreender a representação da “mulher moderna”, foco do novo seriado. Salienta-se o ineditismo desse arquétipo, já que a divisão de classes sociais no melodrama tradicional, como a novela, era, naquele momento muito explícita: mocinhas pobres ou ricas eram reconhecidas por suas roupas, penteados e maquiagem. Tratava-se de vestir uma mulher de classe média, mas, ao mesmo tempo, não a identificar com os signos de ostensão e frivolidade que remetiam à burguesia ociosa, como sempre ocorreu. Representar a mulher branca, de camadas médias urbanas, recém-incorporada ao mercado de trabalho era o desafio dessa produção.

Diferente das telenovelas, já tradicionais na programação diária da televisão brasileira e cuja raiz melodramática vem do romance folhetim (ORTIZ, BORELLI e RAMOS, 1989), o seriado propõe uma trama mais dinâmica, urbana e moderna. Enquanto obras audiovisuais, ambos se encontram dentro do que Teresa de Lauretis (1994) nomeia como “tecnologias do gênero” – possuem a capacidade de controlar o campo do significado social, implantando e promovendo uma série de normatividades que reafirmam papéis de gênero e delineiam estilos de vida através das aparências e comportamentos que são colocadas em cena. Assim como as revistas de moda, o figurino tem grande poder de influência sobre a audiência, sendo constantemente imitado. Dessa forma, considerando sua importância na cultura visual, não poderia ser ignorado como fonte de registros desse momento de mudanças do passado recente, que influenciou na legitimação de um novo arquétipo para a teledramaturgia brasileira.

## A novidade dos seriados na Rede Globo

Durante a década de 1970, já com a grade de telenovelas consolidada, os seriados começam a entrar na programação da emissora. A nova configuração de episódios ficcionais que iam ao ar semanalmente, no horário das 22 horas, tinham um propósito “realista”. Sendo um projeto encabeçado pelos diretores Walter Clark e José Bonifácio de Oliveira Sobrinho (conhecido como Boni), que visava renovar a programação do canal, criando produções mais afinadas com o cotidiano brasileiro. Num contexto de ditadura militar e censura que imperava no Brasil da década de 1970, com a incontestável colaboração da emissora para essa situação, a ideia de renovação pode parecer ambígua, mas de fato algumas mudanças ocorreram, como a contratação de dramaturgos e outros profissionais alinhados com os ideais da esquerda (MAIA, 2017). De maneira geral, a censura também se fazia presente retalhando conteúdo da Rede Globo enquanto, segundo Maia (2017), no jornalismo o amplo apoio aos ideais conservadores e burgueses era cotidianamente reafirmado. De qualquer forma, o horário de exibição das séries nas quais os temas mais “polêmicos” eram trabalhados tinham menos prestígio, não possuindo a audiência do grande público, que se recolhia mais cedo em razão de sua rotina de trabalho. Essa era uma estratégia eficiente pois tal conteúdo ficava destinado às audiências médias intelectualizadas (as quais a emissora queria captar), deixando a falsa ideia de que as camadas populares também teriam acesso a ele. Além disso, diante da decadência do regime militar, programas mais progressistas colaboravam para a emissora configurar uma nova imagem, de maneira a garantir sua audiência em contextos políticos distintos no futuro (ALMEIDA, 2014).

O primeiro seriado levado ao ar pela Rede Globo foi *A Grande Família* (1973-1975), que propunha uma sátira social, seguindo o esquema das comédias de situação, as *sitcoms* estadunidenses, incorporando e expondo críticas da classe média brasileira sob o chamado “milagre econômico”. Apenas no final da década, em 1978, é que novas produções estrearam, como *Ciranda, Cirandinha*, que procurava se aproximar do público jovem, urbano e de classe média, em constante conflito com as gerações anteriores. Os cortes da censura também encurtaram esse projeto, que durou apenas seis episódios. Em 1979, no entanto, os seriados ganham novo fôlego na programação da emissora, e surge o projeto *Séries Brasileiras*, composto por três novas produções semanais, que tinham o intuito de explorar, através desse formato, o universo do Brasil contemporâneo. Essas tramas eram *Carga Pesada*, abordando o cotidiano de dois caminhoneiros, *Plantão de Polícia*, com as investigações de um jornalista policial e, por fim, o objeto desse artigo, *Malu Mulher*, que narra a vida de uma mulher branca, desquitada e de classe média. Com direção geral de Daniel Filho, a série era escrita por Armando Costa, Lenita Plonczynski, Renata Palottini, Manoel Carlos e Euclides Marinho, que inclusive participou de reuniões de grupos feministas na UNICAMP como forma de laboratório criativo para a série (ALMEIDA, 2014).

Até aquele momento, o papel reservado às mulheres nas telenovelas era o de mocinha casadoira – sofrendo durante a trama e sendo recompensada com amor e casamento no final – ou o de mãe de família, esposa e dona de casa. A reafirmação da família nuclear era (e continua a ser, com raras e recentes exceções) central nas tramas televisivas. Ao final da

década de 1970, no entanto, a sociedade brasileira estava mudando: a aprovação do divórcio em 1977 finalmente reconhecia a realidade de muitos casais vivendo em concubinato; a abertura política com a lei de Anistia a presos e exilados políticos em 1979 e a grande mobilização de movimentos feministas contra os chamados crimes de honra tem lugar no mesmo ano<sup>3</sup>. De outra parte, a entrada de mulheres de classe média e diplomadas no mercado de trabalho é cada vez maior, tanto no Brasil como em outros países, e algumas começam a ocupar postos mais importantes, embora com menor remuneração (LAGRAVE, 1991). Assim, o tema “mulher” merecia uma abordagem mais realística e coerente com o momento.

Seria incrível se esse movimento não chegasse à TV e de forma bastante permeável para que mulheres de todos os escalões sociais se conscientizassem. Esse olho do vídeo aberto para o mundo não pode ser vesgo ao ponto de ignorar o que um sociólogo em artigo de *Le Monde* caracterizou como um dos fenômenos mais sérios do século. Nesse sentido parece que os jogos estão quase feitos. Mas qual será a rede pioneira que se abrirá para contar a mulher à própria mulher? Indago mais uma vez, a TV deve isso, com seriedade, ao segundo sexo, posto que é ela quem mais se aproveita em seus comerciais da quilometragem da nudez feminina, coisificando a que fica reduzida a fêmea do homem. (SILVEIRA apud MAIA, 2017, p. 88)<sup>4</sup>

Era a oportunidade para que o seriado *Malu Mulher* ganhasse vida e nada melhor do que uma atriz que desfrutava de grande simpatia entre o público para encarnar esse papel. Carismática e com considerável histórico televisivo, Regina Duarte contribuiu para formar uma aliança entre o espectador e o personagem<sup>5</sup>. Segundo Jason Mittel (2015), trata-se de uma relação parassocial, fundamental para fazer com que a audiência a “perdoe” quando apresentar comportamentos que destoem da moral burguesa característica do período.

<sup>3</sup> O caso que ganhou mais notoriedade foi o assassinato de Ângela Diniz por seu namorado, Doca Street, no réveillon de 1976 em Búzios. Em seu primeiro julgamento, ocorrido em 1979, o advogado Evandro Lins e Silva alegou que o crime foi motivado por “legítima defesa da honra”, atribuindo à vítima características de imoralidade e inconstância que justificavam sua morte. A mobilização de movimentos feministas levou a anulação desse julgamento e um novo foi realizado em 1981, com a condenação do réu.

<sup>4</sup> Trata-se da coluna de Helena Silveira no jornal Folha de S. Paulo, publicada em 1979, p. 38.

<sup>5</sup> Destaca-se que Regina Duarte teve importante envolvimento no governo do presidente de extrema-direita Jair Bolsonaro, exercendo inclusive o posto de Secretária Especial de Cultura durante o período de março a junho de 2020. Em 2018 a atriz já estava engajada na campanha do futuro presidente, minimizando as posições homofóbicas, racistas e ultraconservadoras do candidato. Portanto, a imagem da atriz, que naquele momento poderia parecer mais próxima da personagem (Regina Duarte chegou a ir em Cuba acompanhada de seus filhos em razão do sucesso do seriado...) encontra-se distante da representação icônica de Malu.

A escolha de Regina Duarte era muito importante para mim. Como ela era tão querida como a menina, a namoradinha da novela das oito, eu queria colocá-la como uma desquitada, tomando porrada do marido. Isso ia tocar direto nas pessoas. Briguei bastante para que ela fizesse o papel. (FOLHA DE S.PAULO, 2019)<sup>6</sup>

Apropriando as reivindicações dos movimentos feministas da época, o seriado foi a estratégia de aproximação com um público escolarizado, de classe média e com grande potencial de consumo (ALMEIDA, 2014). O discurso intelectualizado de uma socióloga (profissão da personagem) fala diretamente com essas espectadoras, além de lhe conferir uma posição privilegiada de observadora das condições em que as minorias estavam inseridas e, ao mesmo tempo, de refletir sobre a situação da mulher na sociedade brasileira (principalmente sudestina).

Apesar de ser claramente inspirado em bandeiras dos movimentos feministas, havia um receio em dizer que Malu era feminista, conforme Almeida (2014), sendo raríssimas as vezes em que a personagem se denomina assim. Nos 15 episódios analisados para este trabalho<sup>7</sup>, em nenhum momento houve o uso da nomenclatura para definir a heroína, sendo esse dado da autora referente aos 43 roteiros a que ela teve acesso para analisar a narrativa. Nas formas de promoção da Rede Globo a palavra também seguiu sendo evitada. Preferiam mencionar que o seriado abordava a “emancipação feminina”.

O fato de contar com diversos escritores resultou numa trajetória dramática pouco linear, com facetas diferentes a cada episódio<sup>8</sup>. Segundo Almeida (2014), a estrutura narrativa não apresenta os termos típicos do melodrama, com vilões encarnados numa trama maniqueísta. Nesse caso, a luta da personagem é contra “vilões” abstratos, como a hipocrisia e a moral burguesa, o machismo, a violência doméstica e outras formas de opressão. Por outro lado, alguns episódios escritos por Manoel Carlos colocam a protagonista em atitudes mais tradicionais, como estratégia para agradar não apenas à censura, mas também a uma parcela da audiência conservadora.

Ainda conforme a autora, o seriado discutiu temas inéditos e polêmicos de maneira ímpar para o período. O aborto voluntário não voltou a ser abordado de uma maneira que apresentasse a defesa da legalização como foi em *Malu Mulher*. Já a homossexualidade foi

<sup>6</sup> Disponível em: <<https://f5.folha.uol.com.br/televisao/2019/05/malu-mulher-nao-votaria-em-bolsonaro-afirma-daniel-filho-criador-da-serie-que-completa-40-anos.shtml>> Acesso em: 09 ago 2020.

<sup>7</sup> A Rede Globo de Televisão lançou em 2006 um DVD com uma seleção de dez episódios que, segundo o diretor Denis Carvalho em entrevista para a Folha de S. Paulo (FOLHA DE S. PAULO, 05 nov. 2006), foram os mais polêmicos. O material analisado neste artigo conta com mais cinco episódios de acervo pessoal. Mesmo não sendo a série completa, consideramos que a seleção feita pela própria emissora pode ser representativa da imagem de Malu que a Globo pretendeu imortalizar. A falta de acesso ao acervo completo dos episódios limitou o alcance da análise, ficando restrita à narrativa da própria emissora. Ainda assim, consideramos que o produto em si merece reflexão.

<sup>8</sup> No total foram produzidos 76 episódios, no entanto, só tivemos acesso a 15 a partir de acervo pessoal, que são usados nessa análise.

tratada de maneira séria e respeitosa, algo que só ocorreu novamente sem um teor cômico na década de 1990. Outros temas como a violência doméstica foram incorporados na grade da emissora, aparecendo com frequência nas telenovelas. Depois que Malu surgiu, os arquétipos femininos que habitavam os melodramas mudaram, as dóceis mocinhas foram perdendo cada vez mais espaço para mulheres independentes e com uma vida sexual mais ativa. O momento de mudanças sociais que ocorria incentivou essas novas representações, mas deve-se considerar que o sucesso de Malu impulsionou essa transformação, mostrando à Rede Globo que era interessante investir em modelos que dialogavam mais com as brasileiras, principalmente das camadas médias.

### **Entre ombreiras, gravatas, decotes e tricôs: analisando o figurino de Malu**

A análise desse artigo se concentra em um elemento que, além de marcador do espaço-tempo da trama, é também um indicador das características sociopsicológicas de personagens: o figurino. Central tanto para dar credibilidade à personagem, quanto para diferenciá-la de seus antigos papéis, esse componente visual fundamental auxilia na distinção ou similitude dos papéis, podendo, se descuidado, comprometer a verossimilhança narrativa. É através dele que se caracteriza um arquétipo ou clichê no qual o personagem se inclui (COSTA, 2002). Portanto, observando a importância do figurino para a construção da fidedignidade, do efeito e de inserções em determinados modelos, como representar visualmente uma heroína que subverte as ingênuas “mocinhas” e levanta bandeiras de cunho feminista, identidade cercada de mitos e estereótipos?

Nessa representação, é preciso levar em conta como a imagem da mulher que pode ser interpretada como feminista foi construída num país conservador e patriarcal como o Brasil. Primeiramente, é necessário salientar que, de acordo com João Freire Filho (2005), a mídia possui uma função fundamental na construção e na legitimação de modelos que condicionam as vivências, situando o indivíduo no mundo moderno. Esses padrões, reconhecidos como estereótipos, baseiam-se na redução de características de um povo, de um gênero, de uma raça ou de um grupo “desviante” a poucos atributos essenciais – como a indumentária, traços de personalidade, entre outros. Nesse processo, incentiva-se uma aproximação intuitiva e redutiva com o desconhecido, que desempenha um papel crucial na organização do senso comum. Corroborando, Peter Burke (2004) enfatiza que o estereótipo pode não ser uma imagem mental inteiramente falsa, porém tende ao exagero e à omissão da realidade. Através dele ocorre um processo que transforma os outros no “Outro”, que é enxergado como exótico e distanciado de quem o idealiza e, muitas vezes, pode ser transfigurado em ameaças a serem combatidas.

Indispensável afirmar que os estereótipos devem ser vistos “como estratégias ideológicas de construção simbólica que visam naturalizar, universalizar e legitimar normas e convenções de conduta, identidade e valor que emanam das estruturas de dominação social vigentes” (FREIRE FILHO, 2005, p.23). Ainda segundo o autor, sua aplicação deseja impossibilitar uma flexibilidade de pensamento na compreensão e comunicação da realidade em

razão da manutenção de poder de determinadas organizações dominantes, perpetuando desigualdades e explorações de povos ou grupos minoritários. No que se refere aos estereótipos de gênero, Rachel Moreno argumenta que as mulheres são retratadas “apenas como cuidadoras da família e donas de casa ou objetos sexuais” (2017, p.70), reduzindo suas possibilidades de percepção em outros papéis sociais.

No caso das feministas, a mídia criou e difundiu seu estereótipo na imprensa brasileira a partir do surgimento dos movimentos organizados em prol da emancipação feminina. Era possível encontrar, desde o início do século XX, caricaturas em revistas que retratavam as militantes como mulheres “macho” (CASTRO, 2012), que tinham interesse em “virar homens” e atacavam diretamente a integridade familiar. Essa caracterização negativa era mais frequente e agressiva justamente quando os movimentos ganhavam visibilidade, sendo acusadas de serem mulheres “feias”, “mal-amadas”, “masculinas” e “frustradas”. No início da década de 1980 – momento no qual as bandeiras feministas ganhavam as ruas – era possível encontrar imagens depreciativas sobre as militantes até mesmo na imprensa esquerdista do Brasil, como o jornal *O Pasquim*, que era expoente na luta contra a ditadura (SOIHET, 2006). A mobilização da mídia em torno da perpetuação desse “mito” foi fundamental para afastar mulheres simpatizantes dos movimentos e manter a ordem conservadora que as limitava à submissão e à passividade.

Considerando o histórico das feministas como figuras malvistas socialmente, é importante analisar como o visual de Malu, elaborado pela figurinista Marília Carneiro, foi construído para o telespectador. Antes de voltar-se para a aparência da protagonista, destaca-se que, segundo a própria Carneiro (2003), o figurino de uma série era diferente das criações destinadas à telenovela. Com a censura sendo mais branda para esse formato, era possível fazer escolhas mais ousadas, além do profissional poder contar com um tempo de pesquisa maior, dada a duração dessas tramas, proporcionando um aprofundamento da abordagem. Assim, a análise concentra-se em compreender como o visual escolhido para Malu transita no binarismo de gênero e quais os pontos de tensão proporcionados por essa perspectiva. Acredita-se que as escolhas de aparência para a nova heroína foram necessárias para a subversão de um estereótipo arraigado, tendo suas fontes de inspiração em obras do cinema *hollywoodiano*, que naquele momento já exibia alguns exemplos de mulheres “modernas”.

No primeiro episódio da série intitulado “Acabou-se o que era doce” – no qual Malu pede o divórcio a Pedro Henrique (Denis Carvalho) – o visual da protagonista se modifica na medida em que enfrenta o marido, apresentando-se em roupas cada vez mais “masculinizadas” a cada passo emancipatório. Quando inicia uma conversa com seu cônjuge disposta a expor sua insatisfação com o casamento, Malu surge com uma calça jeans e uma camisa social masculina comprida e com um corte reto (Figura 1). Nesse momento, enquanto discursa sobre sua frustração, ela decide tomar uma dose de bebida alcoólica, que era um dos signos de virilidade presentes no cinema clássico *hollywoodiano* (RODRIGUEZ, 2008).

FIGURA 1 - À ESQUERDA, MALU DISCUTE SUA RELAÇÃO COM PEDRO HENRIQUE. À DIREITA, ELA INFORMA QUE QUER PEDIR O DESQUITE.



FONTE: *print screen* do episódio “Começar de novo” de *Malu Mulher* capturado de acervo particular aos 04 min e 47 seg à esquerda e aos 20 min e 36 seg à direita.

Após uma briga do casal, que culmina no pedido de desquite por parte da protagonista, Malu reaparece com uma nova aparência (Figura 1). Além da calça jeans que já estava presente nos planos anteriores, ela surge com um blazer azul. Em sua primeira atitude impositiva, na qual deixa claro seu desejo de viver separada de Pedro Henrique, Malu usa um blazer “feminino”, bem característico da moda do período, com corte acinturado e ombros proeminentes. É a partir desse momento que o visual da personagem se torna mais emblemático e se configura com elementos masculinos cada vez mais marcantes, conforme Malu vai enfrentando todas as etapas para sua emancipação. Entram em cena paletós de corte reto, laços que emulam gravatas, calças, camisas masculinas e cores neutras, peças recorrentes na trama (Figura 2).

FIGURA 2 - À DIREITA, MALU DESCOBRINDO QUE PEDRO HENRIQUE NÃO CONSEGUIU CUIDAR DE ELIZA SOZINHO. À ESQUERDA, OS DC IS NA VARA DE FAMÍLIA PRONTOS PARA ASSINAR O DESQUITE.



FONTE: *print screen* do episódio “Começar de novo” de *Malu Mulher* capturado de acervo particular aos 28 min e 38 seg, à esquerda. À direita, aos 43 min e 51 seg.

Componentes socialmente reconhecidos como provenientes do vestuário masculino surgiram com a ascensão da burguesia, notadamente a partir do século XIX, com a necessidade de vestir o homem moderno “de negócios”. Traçando fronteiras entre os gêneros que se consolidaram, o novo regime das aparências retirou dos homens todos os ornamentos e “frivolidades”, compondo um visual a partir de ternos, gravatas, cartolas e tons sóbrios, adequando essa vestimenta à vida pública e ao trabalho (HARVEY, 2003). As mulheres, por outro lado, permaneceram restritas ao mundo privado, com um guarda-roupa ornamentado e nada funcional, estagnadas como objeto de exibição das posses de seu marido (VEBLEN, 1983). O traje masculino burguês, portanto, legitima-se como a aparência adequada para o mundo do trabalho. Dessa forma, Diana Crane (2006) salienta que as mulheres de classe média e alta que tinham uma vida pública ativa no século XIX, exercendo suas habilidades em postos de trabalho razoavelmente qualificados, adotaram peças dessa composição como as camisas, chapéus, paletós e coletes. Utilizando-as separadamente ou combinadas – mas sempre com outros itens reconhecidos como femininos, como as saias, por exemplo – essas mulheres criaram um estilo alternativo que representava essa imagem laboral.

A paleta de cores que Malu utiliza nos momentos em que está com essa imagem mais “laboral” se concentra em tons de branco, preto, cinza, marrom e azul. São exatamente estas cores que Michel Pastoureau e Dominique Simonnet (2006) destacam serem as escolhidas pelos Reformistas Protestantes como dignas. Seguindo esta lógica moralizante, tais cores ficaram associadas como componentes do guarda-roupa masculino burguês, pensamento que influencia ainda hoje na construção da masculinidade hegemônica. A dignidade estaria para o homem pois este era (e ainda é) tido como o sujeito universal, racional e, logo, digno.

A vestimenta do homem se instaura no imaginário ocidental tão efetivamente que a moda se apropria desse estilo para compor uma imagem “adequada” para esse novo papel social da mulher a partir da década de 1970. Ficam em voga as ombreiras volumosas (cujo objetivo era mesmo disfarçar os ombros estreitos das mulheres e aproximá-las da silhueta masculina), os conjuntos de *blazer* e saia e até mesmo as gravatas/laços de acordo com pesquisa feita nos números que circularam entre 1979 a 1980 das revistas *Claudia* e *Manequim*. Ressalta-se, no entanto, que essas revistas seguiam uma lógica de difusão da moda internacional, servindo-se das influências da alta costura já consagrada para legitimar criações nacionais (COSTA, 2008). Isso demonstra que a aparência de Malu se apoiou em elementos que aos poucos foram reconhecidos como um visual da mulher executiva, propagados pela própria indústria da moda, sendo uma imagem segura para essa representação, ou seja, facilmente identificada com o período. Embora esse estilo seja mais associado aos anos 1980 nos manuais de moda, de maneira geral, eles já eram amplamente divulgados na imprensa especializada ao final da década anterior.

Entretanto, o que chama a atenção na construção do figurino não são somente seus componentes, mas seu emprego em cada situação. As roupas “laborais” de Malu aparecem com mais frequência fora do ambiente de trabalho. Considera-se, portanto, que essa aparência é acionada quando Malu se impõe, rompe com ideias tradicionais e questiona os problemas que envolvem a vivência feminina. Laura Mulvey (1983) salienta que o prazer visual do espectador é dividido entre ativo/masculino e passivo/feminino. Enquanto os homens olham, as mulheres são vistas. No caso da série, tendo em mente essa teoria, Malu é posicionada visualmente em um campo masculino quando age, reforçando a ideia de que esse é o local que confere poder.

Ainda seguindo a teoria de Mulvey (1983), vê-se uma aparência completamente distinta para Malu no que tange seus momentos românticos. Enquanto a heroína se entrega aos amores, antigos ou novos, tendo o desejo de ser admirada por um homem, sua imagem se compõe com elementos convencionalmente “femininos”. O visual “emancipado” visto anteriormente cede espaço para as saias, os decotes, as rendas, as estampas e os tons de rosa. Todos esses componentes estão associados à ideia de feminilidade legitimados socialmente. O rosa, por exemplo, foi associado à ternura, à suavidade e à feminilidade (PASTOUREAU e

SIMONNET, 2006) e ainda é reconhecido socialmente como uma cor “das meninas”. Nas cenas em que Malu tem uma “recaída” com Pedro Henrique, no primeiro episódio e em “Antes dos 40, depois dos 30”, em que ela decide reatar a relação, são momentos em que o figurino destaca esse outro lado, criando uma imagem desconexa daquela Malu ativa, como se vê nas imagens abaixo.

FIGURA 3 - À ESQUERDA, MALU MOMENTOS ANTES DE TER UMA RECAÍDA COM PEDRO HENRIQUE. À DIREITA, EM UMA TENTATIVA DE TENTAR REATAR A RELAÇÃO.



FONTE: *print screen* dos episódios “Acabou-se o que era doce” e “Antes dos 40, depois dos 30” de *Malu Mulher* capturados de acervo particular aos 33 min e 36 seg à esquerda e 27 min e 24 seg à direita.

Contudo, não são todas as relações amorosas que apresentam a Malu romântica. Em duas circunstâncias específicas, os *blazers* e as calças retornam à cena. A primeira delas se configura quando a protagonista se envolve amorosamente com um homem casado no episódio “Infidelidade”. Mesmo chegando a ser confrontada pela esposa de Celso (Gracindo Júnior), Malu continua a relação, não se preocupando com rótulos ou críticas impostas à sua reputação. Com uma atitude completamente subversiva em relação ao esperado pelas mocinhas apresentadas na televisão até àquele momento, seu visual se compõe com *blazers* de ombreiras proeminentes. Acrescentam-se marcadores como o relógio de pulso masculino e o copo de whisky, que ressurgem no momento em que ela conversa com a esposa de Celso (interpretada por Yoná Magalhães), deixando clara sua posição (Figura 4). Porém, nos instantes de vulnerabilidade, quando expõe seus sentimentos ao amante, as ombreiras perdem espaço.

FIGURA 4 - À ESQUERDA, MALU CONHECE A ESPOSA DE CELSO. À DIREITA, ELA FLERTA EM UM BAR COM UM HOMEM DESCONHECIDO.



FONTE: *print screen* dos episódios “Infidelidade” e “O Príncipe Encantado” de *Malu Mulher* capturados de acervo particular aos 29 min e 58 seg. à esquerda e ao 01 min e 28 seg à direita.

Noutra conjuntura em que se observa atitude semelhante, no episódio “O príncipe encantado”, a heroína se interessa por um homem desconhecido em um bar e decide flertar com ele, tomando a iniciativa. Recorda-se aqui que no imaginário social tradicional, como era o caso naquele início da década de 1980, considerava-se adequado ao homem tomar a atitude da conquista, devendo a mulher fingir desinteresse para não ser acusada de “fácil”. Nesse caso, Malu quebra essa expectativa e elogia abertamente o homem, que chega a se assustar com tal comportamento, pensando até que ela fosse uma prostituta. Durante essa ação que subverte a etiqueta da conquista, vê-se novamente o *blazer* de ombreiras (Figura 4).

Deve-se ressaltar que a mudança visual de Malu se torna mais abrupta ainda nos comportamentos mais tradicionais, seja discursando contra o aborto, aparecendo como uma mulher ainda casada ou sendo impelida a mentir sobre seu estado civil. Na primeira cena do seriado, Malu é apresentada para o público com uma imagem completamente diferente da que será recorrente na trama. Enquanto datilografa em sua máquina de escrever, a protagonista surge pela primeira vez para os telespectadores em um figurino que a envelhece: uma camisola comprida, um casaco de tricô e cabelos presos com rolinhos, conforme a figura abaixo.

FIGURA 5 - MALU É APRESENTADA AO TELESPECTADOR, AINDA CASADA.



FONTE: *print screen* do episódio “Começar de novo” de *Malu Mulher* capturado de acervo particular aos 02 min e 04 seg.

A aparência de Malu nesse primeiro ato remete à imagem arquetípica de uma dona de casa de classe média educada nos antigos padrões morais. Todos os elementos que compõem esse visual parecem ser retirados dos ensinamentos de como ser uma boa esposa que circulou nas revistas da década de 1950, analisadas por Carla Bassanezi (2004). Além do traje quase senhoril, o processo de modelagem dos cabelos chama a atenção, pois na cena seguinte, em que Pedro Henrique chega em casa, ela já se penteou para recebê-lo. Isso revela que essa preparação dos cabelos da cena anterior é um momento de embelezamento secreto que, segundo Bassanezi, era encorajado pelas publicações como uma obrigação da boa esposa para a manutenção do casamento. Entende-se, portanto, que essa construção visual representa o papel tradicional feminino que era empregado também para Malu – o dever de cuidar de si enquanto seu marido trabalha e encontrar-se impecável quando ele retorna<sup>9</sup>. O casaco de tricô contribui ainda mais para a composição dessa mulher quase mítica, pois

<sup>9</sup> Apenas para evocar referências do audiovisual recente, vemos a mesma preparação feminina em *The Marvelous Mrs. Maisel* (Criada por Amy Sherman-Palladino em 2017) e em *Mad Men* (Criado por Matthew Weiner, 2007-2015) com a esposa perfeita Betty Drapper.

trata-se de uma peça confeccionada manualmente que era feita pelas próprias mulheres, a partir de receitas passadas através das gerações, configurando um “saber feminino” (MORGADO, 2017). A cor azul escolhida para Malu nesse momento é interessante, pois, segundo Pastoureau e Simonnet (2006), possui muitos significados adquiridos na história, entre eles a associação ao conformismo e à direita. Seu caminho nessa direção começou a ser trilhado no século XII, sendo associada com o divino após a Virgem Maria começar a ser retratada coberta por um manto ou um vestido azul. Essa pequena cena termina com a personagem levantando e dizendo “Bom Malu, hora de esperar marido”, reforçando a ideia de um papel feminino aprendido tradicionalmente. Após o corte, quando ela confronta o marido num pedido de divórcio, sua aparência muda completamente e ela se transforma em sua versão “moderna” (conforme a figura 1).

Outro episódio apresenta Malu com muitos elementos socialmente atribuídos à feminilidade burguesa, que já não se relacionavam mais com sua nova fase. Em “Até sangrar”, ela é convidada para o casamento de uma prima no interior de Minas Gerais, proveniente de uma parte conservadora e abastada da família. Sua mãe lhe implora para que não revele seu estado civil atual, com medo dos julgamentos. Decidida a não esconder nada, ela segue para a cidade sem vergonha de sua situação. Porém, quando Malu chega à fazenda, envolve-se em uma nostalgia romântica de sua infância que faz com que suas roupas “emancipadas” sumam de vista.

FIGURA 6 - MALU EM JANTAR COM A FAMÍLIA CONSERVADORA.



FONTE: *print screen* do episódio “Até sangrar” de *Malu Mulher* capturado de acervo particular aos 21 min e 24 seg.

Na cena acima, que apresenta Malu jantando com sua família, ao perguntarem sobre Pedro Henrique, ela mente dizendo que o marido não pôde comparecer, evitando explicações sobre sua nova vida. Aparentemente em 1979 o divórcio era um tema urbano, mas não sobrevivia ao Brasil profundo. Ao apagar a Malu combativa, o visual se torna arcaico e baseado em códigos de feminilidade tradicionais – casaco de renda bege, blusa em tom rosado, colar discreto, maquiagem delicada e os cabelos em um penteado impecável – a ponto de ser um dos mais deslocados entre os episódios observados.

São transições bruscas que colocam a personalidade e a aparência da protagonista contrastantes, quase dicotômicas. Para compreender melhor esse trânsito entre as aparências, recorre-se ao episódio mais polêmico da série, em que a imagem da personagem se molda de acordo com as suas ações. “Ainda não é hora” narra a história de Jô (Lucélia Santos), uma universitária de classe popular que decide realizar um aborto e pede ajuda à protagonista. Quando a moça, que é filha do porteiro do prédio, explica sua decisão para Malu, ela se nega a aceitar e tenta convencer Jô de que deve ter um filho, assim como ela teve ao engravidar, quando jovem, de Elisa. Ao censurar a escolha de Jô partindo de um discurso moralizante, Malu está com um xale de tricô e uma camisa de mesmo tom cru, com um bordado delicado no lado esquerdo do peito conforme a figura abaixo.

FIGURA 7 - MALU TENTA CONVENCER JÔ A NÃO INTERROMPER A GRAVIDEZ.



FONTE: *print screen* do episódio “Ainda não é hora” de *Malu Mulher* capturado de acervo particular aos 06 min e 22 seg.

No entanto, no decorrer da cena, Jô explica para Malu as limitações que a levaram a tomar essa decisão. Percebendo as diferenças de classe que as distanciavam, Malu se compadece e decide socorrer a jovem. Nesse momento específico, a personagem abandona seu xale de tricô. Em seguida, quando Malu a leva em seu ginecologista, sua aparência está totalmente mudada (Figura 8), vestindo um *blazer* ajustado ao corpo, com mangas bufantes em tom bordô acompanhado de uma gravata borboleta. O médico se nega a realizar o procedimento e lança um sermão cristão em prol da “vida”. Malu aponta sua hipocrisia antes de sair do consultório. O bordô é um tom de vermelho escuro que, conforme Pastoureau e Simonnet (2006), pode estar associado ao poder e ao pecado e à impureza (atribuídos pela Bíblia). Na cena, vemos Malu confrontando o médico, mas também sendo vista como uma pecadora por ele. Adiante no episódio as duas recorrem a uma clínica clandestina e o visual de Malu se destaca ainda mais, com um paletó em corte reto advindo do guarda-roupa masculino e sua gravata/laço.

FIGURA 8 - À ESQUERDA, MALU LEVA JÔ AO SEU GINECOLOGISTA NA ESPERANÇA QUE ESSE A AJUDE. À DIREITA, MALU E JÔ SAEM DA CLÍNICA APÓS O PROCEDIMENTO.



FONTE: *print screen* do episódio “Ainda não é hora” de *Malu Mulher* capturado de acervo particular aos 15 min e 12 seg à esquerda. À direita, aos 27 min e 13 seg.

Devido a complicações no procedimento, ainda na clínica, Malu confronta o médico e ocorre um debate acalorado sobre irresponsabilidade e ilegalidade. Porém, com medo do quadro piorar, ela leva Jô para sua casa e se vê obrigada a chamar seu ginecologista. Nesse momento de decisão e confronto, o preto, cor que era símbolo de austeridade na Reforma (PASTOUREAU e SIMONNET, 2006), entra em cena. Além disso, os autores destacam que a combinação de preto e branco ganhou uma conotação de seriedade, sendo usada justamente no momento do seriado em que mais se exigiu da personagem.

Quando o médico chega na casa de Malu, eles têm uma discussão sobre a legalização do aborto, que deixa claro o posicionamento da protagonista acerca do tema quando ela declara: “Enquanto não for legalizado, as infelizes das mulheres estão nas mãos deles mesmos. Todo mundo condena, diz que é crime, que é pecado, mas na hora todo mundo fecha os olhos porque um dia pode precisar. Isso chama-se hipocrisia!”. O médico diz que essa situação é um mal necessário e Malu complementa: “Mas então se é necessário, se é inevitável, por que não legalizar? Por que não tornar menos sórdido, mais civilizado?”. Durante esse diálogo, Malu não está mais com seu paletó, mas sua gravata/laço e um colete permanecem para sustentar sua imagem combativa. Em seu colete, novamente um tom de vermelho aparece, remetendo ao poder de Malu ao expor ao médico a hipocrisia da sociedade brasileira e ao pecado da heroína que vai na contramão dos princípios cristãos.

Tal episódio reforça a teoria de Mulvey (1983) aplicada no objeto: a figura de Malu foi construída sobre dois guarda-roupas distintos, que a conformam de acordo com suas ações e que não se misturam. A Malu ativa, questionadora e combatente não aparece de decotes, tricôs e saias. Assim como a Malu romântica e tradicional jamais surge com paletós, calças e gravatas. É fundamental ressaltar que a imagem que ficou marcada para os telespectadores evidentemente será a da heroína envolta em elementos “masculinos”, afinal, quando se rememora sobre *Malu Mulher*, lembra-se das ações revolucionárias da primeira personagem feminista da televisão brasileira – nomeação aplicada devido aos discursos apropriados dos movimentos do período.

Outro ponto relevante para a análise se concentra nas inspirações que orientam esse estilo. Segundo Marília Carneiro (2003), a ideia era construir uma imagem mais “realística”, no sentido de se aproximar mais de trajes do cinema do que da televisão. No cinema, os estilos mais sóbrios ou mais próximos do cotidiano ganhavam mais espaço, principalmente no período em que a série foi ao ar. A “realidade” que Malu deveria representar era a da mulher de classe média, intelectualizada, com uma aparência mais simples diante das ornamentadas heroínas da televisão. A partir da afirmação da figurinista, pode-se considerar a influência de algumas obras cinematográficas contemporâneas ao seriado na concepção da imagem de Malu. Além de *An Unmarried Woman* (1978)<sup>10</sup>, citado por Daniel Filho (2003) como uma fonte de inspiração para a narrativa de *Malu Mulher*, acredita-se que outras produções *hollywoodianas* como *Annie Hall* (1977) e *Manhattan* (1979)<sup>11</sup>, ambos do diretor estadunidense Woody Allen<sup>12</sup>, também podem ter servido de apoio para Marília Carneiro na hora de traçar o estilo de Malu. *Annie Hall* apresentou ao cinema *mainstream* uma protagonista homônima que divergia das heroínas sedutoras, seja de forma ingênua ou provocadora. Sem

<sup>10</sup> “Uma mulher descasada”, de Paul Mazursky.

<sup>11</sup> *Annie Hall* foi traduzido no Brasil como *Noivo neurótico*, *noiva nervosa* e *Manhattan* seguiu homônimo.

<sup>12</sup> O diretor Woody Allen esteve envolvido em polêmicas de abuso sexual de seus filhos biológicos e adotivos durante a década de 1990, quando se separou da atriz Mia Farrow. O inquérito, na época, não foi conclusivo em relação ao abuso. No entanto, a partir de 2014, sua filha Dylan Farrow trouxe à tona suas lembranças em relação a esses episódios no contexto do movimento feminista estadunidense #MeToo. Assim como Regina Duarte, a imagem de Allen também se desvincilhou completamente dos movimentos feministas.

um apelo à sensualidade construída a partir de elementos hegemônicos da feminilidade, a jovem cantora em ascensão era representada a partir de peças do guarda-roupa masculino na maior parte da trama, além de um rosto com maquiagens leves e cabelos livres, característicos dos anos 1970.

FIGURA 9 - ANNIE CONHECENDO ALVY.



FONTE: Disponível em: <<https://velhaonda.files.wordpress.com/2015/09/annie-hall.png>> Acesso em: 10 ago. 2020.

Em algumas cenas, como a do primeiro encontro de Annie (Diane Keaton) com Alvy (Woody Allen), a protagonista usa trajes provenientes das sessões masculinas das lojas do momento. Isso é perceptível pela afinidade visual entre ela e Alvy, vestindo mais componentes “masculinos”, como a gravata, do que o parceiro (Figura 9). Essa, inclusive, é a imagem mais marcante de Annie quando se rememora o filme na mídia. A figurinista Ruth Morley criou uma aparência original e bem menos ornamentada para os padrões *hollywoodianos*, semelhante ao arranjo de Marília Carneiro.

Mesmo *Manhattan* tendo estreado nos Estados Unidos somente um mês antes de *Malu Mulher* ir ao ar, deve-se também considerá-lo uma possível fonte de inspiração, já que a duração do seriado se estendeu até dezembro de 1980. Nessa obra, Isaac Davis (Woody Allen) é seduzido pela inteligente e assertiva Mary Wilkie (Diane Keaton), que até então era amante de seu amigo. Mais madura que Annie, a personagem traz um estilo mais austero que a primeira protagonista de Keaton – com *blazers*, calças e camisas sociais presentes em quase todas as cenas.

FIGURA 10 - MARY E ISAAC EM UM ENCONTRO.



FONTE: Disponível em: < <https://mb.web.sapo.io/b9368eef6113564f10f46a9ab350c247dc382725.jpg> > Acesso em: 12 ago. 2020.

Esses filmes foram fundamentais para a criação de um novo modelo de mulher *hollywoodiano* nomeado por Ana Mery de Carli (2007) como “corpo emergente”. Tratava-se de novas heroínas que ascenderam no pós-feminismo<sup>13</sup> estadunidense, discutindo nas telas as implicações das conquistas adquiridas pelo movimento. Em sua pesquisa, a autora parte de

<sup>13</sup> Considera-se nesse trabalho o período da virada da década de 1970 para 1980 como um pós-feminismo estadunidense, não podendo se aplicar tal conceito ao Brasil. Nos EUA, país onde os filmes analisados pela autora foram produzidos, já é possível visualizar algumas questões acerca do impacto dos movimentos feministas, que eram debatidos desde a década de 1960, na vida pública das mulheres. Enquanto lá já havia a lei do aborto aprovada em 1973, aqui as mulheres ainda estariam caminhando a passos mais lentos devido às questões políticas e sociais decorrentes da ditadura militar, já decadente, mas ainda no poder.

três películas para traçar o perfil do corpo emergente: *Annie Hall*, *Kramer vs. Kramer* (1979) e *Uma secretária de futuro* (1988). A partir de uma abordagem semiótica, Carli traça alguns adjetivos para se caracterizar o corpo emergente no cinema: “inquieto, ativo, laborioso, diligente, aplicado, turbulento e emergente” (CARLI, 2007, p.146). Interessante pensar como Malu se encaixa nas perspectivas que a autora define para esse corpo:

Nessa reunião de termos, há basicamente três formas de ser que apontam para um vir-a-ser: a primeira forma de ser é “ativo” e “inquieto”, ou seja, aquele que age, move-se com rapidez e prontidão; caracteriza-se pela ação, pelo movimento; a segunda, é “diligente” e “aplicado”, aquele que se empenha; o que está voltado para o trabalho, não desiste, persiste mesmo na dificuldade; e, por último, “turbulento”, disposto à desordem, à desarmonia, à perturbação moral, aquele que enfrenta o conflito, luta para emergir, para nascer, para vir a ser no “corpo emergente” (CARLI, 2007, p.146).

A autora salienta que esse corpo que desponta renuncia à sensualidade hegemônica que se apoia na acentuação de curvas, decotes e frivolidades. Aos moldes do homem burguês do século XIX, essas protagonistas têm um guarda-roupa mais sisudo, com cores neutras, golas e cortes retos, a fim de ressaltar uma imagem mais prática, laboral. Até mesmo a presença de pouca maquiagem e acessórios discretos evidenciam uma mulher cuja sensualidade não está restrita à exibição do corpo.

Ressalta-se que esse visual não era original das produções *hollywoodianas*, pois, de acordo com Lipovetsky (1999), já estava presente na moda desde a década de 1960, com o *smoking* feminino criado por Yves Saint-Laurent. As calças compridas também já eram peças comuns para as mulheres, embora não fossem amplamente aceitas em ambientes de trabalho. A moda *unissex* ganhou cada vez mais espaço nos editoriais de moda e nas coleções de estilistas consagrados das décadas de 1960 e 1970, em compasso com as mudanças decorrentes da revolução sexual. Porém, não é possível constatar uma uniformização da moda para os sexos. De fato, as fronteiras binárias da aparência enfraqueceram com a entrada de peças masculinas no guarda-roupa feminino e com uma frivolidade mais bem recebida no masculino, mas a moda arranhou formas de administrar os signos diferenciais que mantiveram o binarismo bem delineado nos pequenos detalhes.

Os exemplos são inúmeros: homens e mulheres usam calças, mas os cortes e muitas vezes as cores não são semelhantes, os sapatos não têm nada em comum, um chemisier de mulher se distingue facilmente de uma camisa de homem, as formas dos maiôs de banho são diferentes, assim como as das roupas de baixo, dos cintos, das bolsas, dos relógios, dos guarda-chuvas. Um pouco em toda parte, os artigos de moda reinscrevem, por intermédio dos pequenos “nadas”, a linha divisória da aparência (LIPOVETSKY, 1999, p.112).

A moda *unisex* – com ressalva do uso da palavra, pois a inscrição do masculino no feminino é muito mais presente que o contrário – teve maior aderência entre os jovens, grupo etário mais aberto às mudanças, mas com o avanço da idade o binarismo se reafirma (LIPOVETSKY, 1999). Dessa forma, é possível acreditar que o cinema, ao apresentar o visual “masculino” nas protagonistas em torno dos 30 anos, contribuiu para a propagação deste estilo para as mulheres das camadas médias que se identificavam com aquelas problemáticas representadas nas telas.

A partir desse movimento estilístico nas indústrias da moda e do cinema, é plausível constatar que o figurino de Malu foi pensado em consonância com uma nova imagem, que se consolidava como ideal para a mulher moderna. Desse modo, Malu propagou essa aparência para a mulher brasileira, levando-se em consideração a força da televisão no período<sup>14</sup>. Destaca-se que, diferente das protagonistas *hollywoodianas*, tratava-se aqui de uma mulher combativa, com uma atuação quase pedagógica, falando abertamente sobre bandeiras feministas que estavam presentes nas ruas. Dessa forma, era proveitoso para Marília Carneiro se inspirar em modelos pré-aprovados por “tecnologias do gênero” (LAURETIS, 1994) legitimadoras, como o cinema e a moda.

Atenta-se para o fato de *Malu Mulher* ser um produto televisivo e fruto da indústria cultural, logo, é provável a tentativa de higienização da imagem da protagonista a fim de deixá-la atraente para o telespectador, na promoção de um estilo de vida possivelmente inédito para esse consumidor potencial. Cair no clichê de apresentar Malu de forma completamente “masculinizada” – recusando qualquer elemento que compõe a feminilidade vigente – não apenas não alcançaria públicos variados (fundamental na corrida pela audiência), mas, principalmente, soaria caricato. Considerar a mulher feminista como detentora de uma aparência específica resulta em uma falácia que serve para reduzir e estereotipar. Essencialmente porque não é possível falar em feminismo no singular. Não existe a mulher feminista, o movimento feminista, mas sim mulheres de diferentes condições sociais envolvidas em movimentos múltiplos, com ideais e atuações diversos (PERROT, 2007; ERGAS, 1991). Essa pluralidade se reflete no estilo das militantes, como denota a fotografia abaixo retirada de um ato contrário à alegação jurídica de “Legítima Defesa da Honra”:

---

<sup>14</sup> Renato Ortiz destaca que o número de aparelhos de televisão teve um grande crescimento na década de 1970 no Brasil. “4,9 milhões em 1970; 10,2 milhões em 1975; 19,6 milhões em 1980 (dados ABINEE)” (ORTIZ, BORELLI e RAMOS, 1989, p.81). O avanço da Rede Globo também é notável, pois na década de 1980 ela já possuía 36 afiliadas pelo país.

FIGURA 11 - ATO "QUEM AMA NÃO MATA" EM 18 DE AGOSTO DE 1980.



FONTE: Arquivo Estado de Minas. Disponível em: < [https://www.em.com.br/app/noticia/pensar/2018/11/02/interna\\_pensar,1002486/quem-ama-nao-mata-dois-tempos.shtml](https://www.em.com.br/app/noticia/pensar/2018/11/02/interna_pensar,1002486/quem-ama-nao-mata-dois-tempos.shtml) >

Acesso em: 15 ago. 2020.

Há a presença de calças, *blazers*, camisas sociais, vestidos acinturados, camisetas, cabelos soltos, cabelos penteados, enfim, aparências diversas. São corpos, rostos, vestes e posturas díspares. Em seu estudo sobre as relações entre moda e feminismo, Elizabeth Wilson (1989) salientou que as militantes se vestiam, muitas vezes, com peças decorrentes das tendências do período, assim como algumas mulheres apropriaram elementos da moda masculina ou simplesmente recusavam qualquer elemento que remetesse à burguesia em busca de afirmação. Isso também se aplica ao cenário brasileiro, pois os padrões de beleza e aparência não eram, naquele momento, um tema relevante para os movimentos feministas, na maioria, afinados com as teorias marxistas<sup>15</sup>.

<sup>15</sup> Sobre aparência e movimentos feministas no Brasil ver: CASTRO, Laise Lutz Condé de. *O vestir é político: Discussões acerca dos ideais de vestuário na imprensa alternativa feminista brasileira nos anos 1975-85*. 2018. Dissertação (Programa de Pós-graduação em Artes, Cultura e Linguagens) – Departamento de Artes e Design, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora.

## Considerações finais

Buscou-se aqui analisar a representação de uma personagem identificada com pautas dos movimentos feministas através das composições do figurino, reconhecendo-o como recurso importante na difusão de modelos normativos. A análise das imagens nos episódios mais emblemáticos demonstra como o figurino foi utilizado para enfatizar as ações da heroína, reforçando o binarismo de gênero. Os *blazers* e gravatas apropriados do homem burguês são apresentados como símbolo da emancipação da personagem, usados em situação de conflito, liberação ou transgressão. Nesse sentido, essa representação reafirma o masculino como local de poder enquanto relega o feminino à passividade e ao conservadorismo. Isto seria menos evidente se o guarda-roupa da protagonista fosse mais homogêneo, mas ao oscilar em suas atitudes, parece se esforçar para manter os papéis de gênero consolidados.

Mesmo com esta limitação, a imagem criada para Malu mostrava o ser moderno além da aparência, através de um estilo de vida que envolvia trabalho, autonomia e posições politizadas, combatendo, pelo discurso, antigos preconceitos arraigados na sociedade brasileira, ainda que em tom fortemente pedagógico. No entanto, não se pode ser ingênuo com relação às intencionalidades comerciais da Rede Globo, que passa a abarcar uma faixa de público antes ausente de seu espectro, além de construir uma nova narrativa sobre si mesma, considerando as mudanças políticas em curso. Nesse sentido, a obra também contribuiu para desvincular a imagem da atriz Regina Duarte de seu perfil de mocinha romântica, tão característico no passado.

Dentre as produções audiovisuais apresentadas no projeto *Séries Brasileiras, Malu Mulher*, por se centrar numa trama urbana, tenta romper com antigos moralismos e convenções, reconhecendo o novo papel feminino que já era a realidade de muitas mulheres no Brasil e no mundo. Para isso, coloca em cena uma aparência já em voga no cenário internacional, o que se confirma através dos filmes e publicações de moda da época. Esse figurino, que pode ser considerado inovador diante de outros exemplos do audiovisual da emissora, era uma escolha segura, dado o seu caráter globalizado, para uma personagem polêmica.

## Referências

ALMEIDA, Heloísa Buarque de. Pedagogia feminista no formato da teledramaturgia. In: MICELI, Sergio; PONTES, Heloisa (orgs.). **Cultura e sociedade: Brasil e Argentina**. São Paulo, EDUSP, 2014, p.269-294.

BASSANEZI, Carla. Mulheres dos Anos Dourados. In.: DEL PRIORE, Mary. História das mulheres no Brasil. São Paulo, Unesp, 2004, p.607-639.

CARNEIRO, Marília. **No camarim das oito**. Rio de Janeiro, Senac Rio, 2003.

CASTRO, Laise Lutz Condé de. **O vestir é político**: discussões acerca dos ideais de vestuário na imprensa alternativa feminista brasileira nos anos 1975-85. 2018. Dissertação (Programa de Pós-graduação em Artes, Cultura e Linguagens) – Departamento de Artes e Design, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora.

CASTRO, Mayra Corrêa. Feminismo prêt-à-porter-significação da aparência na imprensa feminina e feminista do Brasil. **Cadernos AEL** (v. 2, n. 3/4), Campinas – SP, Arquivo Edgard Leuenroth – Centro de Pesquisa e Documentação Social/IFCH/UNICAMP, 1996, p.111-152. Disponível em: <https://www.ifch.unicamp.br/ojs/index.php/ael/article/view/2615> Acesso em: 22 dez 2020.

COSTA, Francisco Araujo da. O figurino como elemento essencial da narrativa. **Sessões do imaginário** (v. 7, n. 8), Porto Alegre – RS, Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social (PUCRS), 2002, p.38-41. Disponível: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/view/775> Acesso em: 01 dez 2020.

COSTA, Maria Paula. **Entre o sonho e o consumo**: as representações femininas na Revista Claudia (1961 – 1985). Tese de Doutorado, Unesp, 2008. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/103141> Acesso em: 04 dez 2020.

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social**: classe, gênero e identidade nas roupas. São Paulo, Senac, 2006.

DE CARLI, Ana Mery Sehbe. **O corpo no cinema**: variações do feminino. Tese de Doutorado, PUC-SP, 2007. Disponível em: <https://tede2.pucsp.br/handle/handle/4976> Acesso em: 02 dez 2020.

ERGAS, Yasmine. O sujeito mulher: o feminismo dos anos 1960-1980. In: DUBY, Georges; PERROT, Michelle. **História das mulheres no Ocidente**. Porto: Afrontamento, 1991, p. 583-611.

FOLHA DE S. PAULO. **'Malu Mulher' não votaria em Bolsonaro, afirma Daniel Filho, criador da série, que completa 40 anos.** Disponível em: <<https://f5.folha.uol.com.br/televisao/2019/05/malu-mulher-nao-votaria-em-bolsonaro-afirma-daniel-filho-criador-da-serie-que-completa-40-anos.shtml>> Acesso em: 09 ago 2020.

FREIRE FILHO, João. Força de expressão: construção, consumo e contestação das representações midiáticas das minorias. **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, (v.12, n. 28), Porto Alegre – RS, Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2005, p.18-29. Disponível: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3333> Acesso em: 21 dez 2020.

HARVEY, John. **Homens de preto**. São Paulo, Editora Unesp, 2003.

LAGRAVE, Rose-Marie. Uma emancipação sob tutela. Educação e trabalho das mulheres no século XX. In.: DUBY, Georges; PERROT, Michelle. **História das mulheres no Ocidente**. Porto: Afrontamento, v. 1, 1991. p. 505-543.

LAURETIS, Teresa de. A tecnologia do gênero. In.: HOLLANDA, Heloisa (Org.). **Tendências e impasses: o feminismo como crítica da cultura**. Rio de Janeiro, Rocco, 1994, p.206-241.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

MAIA, Paulo Roberto de Azevedo. Programas televisivos no Brasil, na década de 1970: entre a cooperação e a luta contra o regime civil-militar. **Métis: história & cultura** (v. 16, n. 31), Caxias do Sul – RS, Mestrado em História da Universidade de Caxias do Sul, 2017, p.71-95 <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/metis/article/view/4882/pdf> Acesso em 13 out 2020.

MITTEL, Jason. **Complex TV: the poetics of contemporary television storytelling** (kindle edition). New York: New York University Press, 2015.

MORENO, Rachel. **A imagem da mulher na mídia: controle social comparado**. São Paulo: Expressão Popular, 2017.

MORGADO, Débora Pinguello. **Cozinhar e decorar: mulheres entre panos, objetos e comidas (1967-1972)**. 2017. Dissertação de Mestrado, História, Universidade Estadual de Maringá, 2017. Disponível: <http://repositorio.uem.br:8080/jspui/handle/1/4593> Acesso em: 08 dez 2020.

MULVEY, Laura. Prazer visual e cinema narrativo. In: XAVIER, Ismail (Org.). **A experiência do cinema: antologia**. Rio de Janeiro, Graal, 1983, p. 437-453.

ORTIZ, Renato; BORELLI, Silvia Helena Simões; RAMOS, José Mário Ortiz. **Telenovela: História e produção**. São Paulo, Brasiliense, 1989.

PASTOUREAU, Michel; SIMONNET, Dominique. **Breve historia de los colores**. Barcelona: Paidós, 2006.

PERROT, Michelle. **Minha história das mulheres**. São Paulo: Contexto, 2007.

RODRIGUEZ, Miguel Angel Schmitt. **Cinema clássico americano e produção de subjetividades: o cigarro em cena**. Dissertação de Mestrado, História, UFSC, 2008. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/91803> Acesso em: 01 dez 2020.

SOIHET, Rachel. Preconceitos nas charges de *O Pasquim*: mulheres e a luta pelo controle do corpo. **ArtCultura** (v. 9, n. 14), Uberlândia – MG, Instituto de História e Programa de Pós-graduação em História da Universidade Federal de Uberlândia, 2009, p. 39-53. Disponível em: <http://www.seer.ufu.br/index.php/artcultura/article/view/1444> Acesso em: 16 dez 2020.

VEBLEN, Thorstein. **A Teoria da Classe Ociosa**: um estudo econômico das instituições. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

WILSON, Elizabeth. **Enfeitada de sonhos**: moda e modernidade. Lisboa: Edições 70, 1989.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza**. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.

### Agradecimentos

Revisor do texto: Matheus Couto Hotz, Bacharel em letras - Licenciatura em português. E-mail: hotzmths@gmail.com.

## Dzi Croquettes: trajes em cena roupas da moda

*Dzi Croquettes: fashion clothing scene costumes*

Flavia Jakemiu Araujo Bortolon<sup>1</sup>

ORCID: 0000-0001-8477-2259

[**resumo**] *Dzi Croquettes: roupas da moda, trajes em cena* tem como tema central as peças de roupa usadas pelos dançarinos e atores do grupo Dzi Croquettes, da década de 1970 no Brasil, a fim de criar a atmosfera que provocou a discussão de gênero por meio da fusão do vestuário feminino com o masculino, na qual mesclou-se tecidos delicados com pelos e barbas. Os conceitos de figurino e roupa foram revisitados para demonstrar como o grupo utilizou peças do cotidiano ou da moda vigente para a construção do seu figurino. Segundo Fausto Viana (2017) e Rita Bustamante (2008), o figurino são vestimentas específicas para a representação no palco, que criam personagens e um texto por meio da estética. Essa tese está em consonância com o pensamento da semióloga Lucia Santaella (2004; 2008) e do pesquisador de moda Carlos Gardin (2008), que concebem que a roupa cotidiana, ou uma peça extraída da moda, também apresenta uma linguagem não verbal, traduzindo uma ideia para quem a veste e para quem a visualiza, aproximando o figurino do vestuário. Seguindo esse princípio, neste artigo, os conceitos de roupa e de figurino serão utilizados como sinônimos para analisar o vestuário dos integrantes do Dzi Croquettes.

[**palavras-chave**] **Moda. Traje. Dzi Croquettes. Gênero.**

[**abstract**] *Dzi Croquettes costumes in the fashion clothing scene*, has as its central theme the pieces of clothing worn by dancers and actors of the Dzi Croquettes group, from the 1970s in Brazil, to create the atmosphere that generated the entire discussion of gender through the fusion of men's and women's clothing, which mixed delicate fabrics with fur and beards. The concepts of costumes and clothes were revisited to demonstrate how the group moved every day or current fashion pieces to build their costumes. According to Fausto Viana (2017) and Rita Bustamante (2008), costumes are specific garments for representation on stage, creating characters and a text through aesthetics. This thesis, however, is in line with the thinking of semiologist Lucia Santaella (2004; 2008) and fashion researcher Carlos Gardin (2008), who conceive that everyday clothing, or a piece extracted from fashion, also has a language non-verbal, translating an idea for the wearer and the viewer, bringing the costume closer to the clothing. Following this principle, during this article the concepts of clothing and costumes will be used as synonyms to analyze the clothing of the members of the Dzi Croquettes group.

[**keywords**] **Fashion. Costume. Dzi Croquettes. Gender.**

Recebido: 16-06-2021

Aprovado: 28-07-2021

---

<sup>1</sup> Doutora e mestre em História pela Universidade Federal do Paraná. E21

## Introdução

Em 1970, o Brasil vivenciou a liberdade sexual, simbolicamente marcada pelo uso da pílula anticoncepcional, que possibilitou o controle da natalidade, tirou do sexo a função exclusiva de reprodução e permitiu às mulheres formas de liberdade não experimentadas anteriormente. A inspiração para essa transformação nos costumes acompanhava os movimentos da juventude em diversos países, cujas principais exigências estavam relacionadas à igualdade racial e de gênero – no Brasil, as reivindicações eram reprimidas pela ditadura cívico-militar.

A resistência à ditadura era heterogênea, pois contava com grupos das mais variadas correntes ideológicas, e a disputa entre as posições políticas se refletia nas produções artísticas nacionais, visto que, para a maior parte das organizações, era esperado que os artistas estivessem do lado da população, lutando contra os militares e o cerceamento da liberdade. Todavia, os modelos apresentados não incluíam a diversidade de ação e de pensamento e muitos artistas optaram por uma terceira via, nomeada por Heloísa Buarque de Hollanda (2004) de *desbunde*, movimento que não se encaixava na *caretice* da direita, mas também não era aceito pelos padrões heteronormativos da esquerda. Conhecidos como “debundados” (RISÉRIO, 2005, p. 25), não somente estavam preocupados com o fim do regime político vigente, mas ainda com a conduta interior, buscando uma nova moral. “Estavam à margem do universo da cultura canonizada, oficial, e dos comportamentos socialmente sancionados. Eram, enfim, desvios da norma”, explica Risério (2005, p. 29). “O posicionamento do riso ao lado da desordem confere-lhes um valor de liberdade, de purga, ou quase, em relação às coerções sociais” (ALBERTI, 1999, p. 31). Esse movimento despontou na música nacional com cantores como Caetano Veloso e Ney Matogrosso e, no teatro, com as performances do Dzi Croquettes (TREVISAN, 2000, p. 270).

O Dzi Croquettes surgiu em 1972, no Rio de Janeiro, com a reunião de três amigos, cuja ideia de criar um espetáculo para fazer piada dos costumes da sociedade brasileira atraiu outros integrantes e o grupo acabou composto por 13 pessoas provenientes de diferentes áreas das artes, como cenografia, dança e sonoplastia. As performances do Dzi tornaram-se símbolo do *desbunde-gay*.

A brincadeira estética era constituída pelo questionamento dos papéis de gênero: os homens se vestiam como mulheres, mas essas “mulheres” tinham barba e pelos. O contraste provocado pelo uso de maquiagem e roupas cheias de plumas e paetês por homens que mantinham as características dos seus corpos questionava quem era considerado *gente* pelas normas sociais, morais e políticas no período da ditadura cívico-militar brasileira. A nudez e o *desbunde* debochado do Dzi Croquettes atribuíram ao corpo o poder para propor novas concepções de gênero e de família, transformando seu papel político.

No espetáculo *Gente computada igual a você*, uma família discute suas relações internas e externas em esquetes com diálogos e monólogos bem-humorados, as quais eram entremeadas por performances de dança e canto. Conforme conta Roberto Rodrigues,

[...] o conceito da família Dzi começou em um dos textos que o Wagner fez para o nosso primeiro espetáculo. Ele contava a história de uma família de treze pessoas, na qual ele fazia o papel da mãe (chamada de Silly Dale) e era casado com o Lennie Dale, que fazia o pai (Leonardo Laponzina). Essa família fictícia tinha três cunhadas, as irmãs Bayard Tonelli (que virou Bacia Atlântica), Reginaldo (Rainha) e eu (Lady Oregon). O casal de mentirinha ganhou três filhas legítimas – Cláudio Gaya (a Gayette), Ciro Barcelos (a Silvynha Meleca) e Rogério (Pate Dale) – e duas adotivas, as filhas que a mãe teve com o amante, Paulette e Carlinhos Machado (Lotinha). Tinha também as sobrinhas: Cláudio Tovar (Franga Safada) e Bene Lacerda (Old City London). Eloy era a mágica da companhia (RODRIGUES citado por CLARK; WERNECK, 2016, p. 49).

Inicialmente, as apresentações do grupo se concentraram na badalada boate Pujol, em Niterói, posteriormente no Rio de Janeiro e em São Paulo, e fizeram muito sucesso com o público – as apresentações estavam sempre lotadas. No entanto, em fevereiro de 1974, o Dzi Croquettes estreou no Teatro da Praia, no Rio de Janeiro, e, a essa altura, já havia atraído a atenção da censura, que proibiu os espetáculos, alegando cenas de nudez, considerada subversão moral.

Já em 15 de setembro de 1972, a Polícia Federal havia distribuído aos jornais cariocas um catálogo intitulado *Regras gerais de censura*, no qual notícias sobre homossexualidade e imagens de nudez eram vetadas pela censura *moral*. Proibido de se apresentar, o Dzi Croquettes, a convite da atriz norte-americana Liza Minnelli, embarcou para uma turnê fora do país.

### O papel do figurino

As imagens analisadas neste artigo pertencem a uma exposição e a *frames* (quadros de um filme) de um documentário sobre o Dzi Croquettes, além do material extraído dos acervos pessoais dos integrantes. São observadas, principalmente, fotos da exposição *Dzi Croquettes: Te contei?*, montada no Teatro Glauce Rocha, no Rio de Janeiro, em junho de 2013, que deu origem à publicação do livro homônimo, organizado por Bianca Clark e Juliana Werneck (2016).

Nas performances do Dzi Croquettes, o figurino é a roupa do cotidiano, ainda que usualmente do cotidiano de outro gênero que não o dos atores. Podemos afirmar, assim, que a escolha das peças possibilitou ao público reconhecer o deslocamento de gênero do vestuário feminino para o corpo masculino. Dessa maneira, os trajes de cena dos espetáculos do Dzi Croquettes são analisados para compreender as contravenções do grupo e, nesse caso, considera-se que as roupas são sinônimos de figurinos. Para o pesquisador de vestuário Fausto Viana, “a roupa de cena é um elo visual entre palco e plateia, que oferece suporte criativo para o ator/performer” (VIANA, 2017, p. 21). Ou seja, mesmo sendo roupas do cotidiano feminino, elas passam a ser figurinos porque são convocadas para a performance cênica, no palco. Ainda que, no palco, não fossem usadas por homens, mas por mulheres, por exemplo, também seriam figurinos se servissem a uma cena – performática ou dramática. As roupas deixam de pertencer à categoria de traje social feminino para se encaixarem entre os trajes de cena, porque passam a fazer parte de uma cena, no palco, com os Dzi Croquettes.

De acordo com Bustamante (2008), tanto o traje quanto a indumentária e o figurino são desdobramentos da moda que apresentam funções simbólicas e culturais. O modo como um indivíduo expressa seus gostos pelo vestir e a forma pela qual ele faz a interação com o sistema simbólico do vestuário dependem do ambiente e do grupo social em que ele atua, e do qual se apropria do vestuário. O figurino, “como vestuário, [...] passa a ser compreendido como um conjunto de trajes e acessórios ornamentais, que praticamente reveste e se articula ao corpo humano, podendo “dizer” ou “significar”:

O figurino é mais do que um simples traje, mais que uma roupa, pois ele possui uma bagagem, um repertório, um conjunto de mensagens implícitas visíveis e que não ultrapassa o limite sobre todo o panorama do espetáculo, além de possuir funções específicas dentro do contexto e perante o público (BUSTAMANTE, 2008, p. 43).

O figurino de uma apresentação artística cumpre um papel específico, pois está carregado de informações para o público do espetáculo. Segundo Leite (2002), toda peça de roupa é geradora de expressões e, desse modo, o figurino é parte de um sistema cujas regras fazem referências a vestuários de inúmeras origens, relacionadas a culturas tanto do presente como do passado. A partir dos sentidos que operam as estruturas desse sistema, pode-se extrair os dados para sua compreensão (LEITE, 2002). De acordo com Santaella (2008), a moda é a ferramenta mais eficiente para transmitir visualmente os acontecimentos econômicos, sociais, culturais, organizacionais e estéticos:

Não há nada mais eficaz do que a moda para dar expressão teatral à experiência alucinatória do mundo contemporâneo. É a moda que exhibe, por meio de signos mutantes, a corporificação, a externalização performática de subjetividades fragmentadas, sem contornos fixos, movediças, escorregadias, mutáveis, flutuantes, voláteis. Em razão disso, a moda se constitui em laboratório privilegiado para o exame das subjetividades em trânsito (SANTAELLA, 2008, p. 45).

A roupa materializa personalidades e carrega mensagens que muitas vezes não são expressas verbalmente. No caso das apresentações do Dzi Croquettes, as roupas cotidianas cumprem o papel de figurino, pois possibilitam à plateia compreender o que os espetáculos pretendiam revelar: uma situação cotidiana daquele período, mas com o rompimento de um padrão.

Conforme Santaella (2004), as vestimentas são, antes de tudo, formas de negociação social por trás das quais o corpo se apaga, transformando-se na dualidade masculino/feminino. Assim, quando um ator se veste com peças retiradas do guarda-roupa tido como de outro gênero, como acontece nas encenações do Dzi, há um rompimento dessa norma social. Esse deslocamento está relacionado com a frase que inicia as apresentações do grupo: “Nem homens, nem mulheres”. De acordo com Rosemary Lobert (2010), os trajes de cena não eram um figurino elaborado; eram peças de moda cotidiana retiradas de seus lugares, recebidas de conhecidas dos bailarinos e reutilizadas para a criação dos personagens:

A vestimenta Dzi não era propriamente um figurino, mas uma acumulação de várias peças desajustadas (maiores ou menores), desarrumadas (zíper aberto, bainha descosturadas), mal-ajambradas (alças dos vestidos por debaixo dos braços) ou sobrepostas umas às outras (roupas interior como roupa exterior, uma blusa *kaftam* presa a uma bata de padre que agora cumpria a função de sainha etc.), com roupa de mulher combinada à roupa de homem etc. Todo esse conjunto era coberto de *pailletés*, purpurina, e enfeitado de flores ou fitinhas acetinadas; usavam-se, ainda, penas, leques e roupas que lembravam shows de *varietés* (LOBERT, 2010, p. 68).

As peças de roupa eram reorganizadas, costuradas e adaptadas para cumprir a função que cada performer imaginava para um exato momento e personagem. Misturavam também roupas tradicionalmente pertencentes aos gêneros feminino e masculino, como botas de salto e chuteiras de futebol, por exemplo. Em entrevista ao programa Boa Noite Bee, do canal da TV Mix Brasil no YouTube (em 10 de dezembro de 2017), ex-integrantes do Dzi Croquettes comentaram sobre as roupas usadas nas apresentações do grupo e, segundo Bayard Tonelli e Ciro Barcelos, na Europa (principalmente, em Portugal e Paris), muitos itens do vestuário eram recolhidos do lixo, durante a noite, e costurados por eles para renovar o figurino. Peças como vestidos, casacos e lingerie, independentemente de serem tidas como femininas ou masculinas, eram deslocadas, desarrumadas e sobrepostas, passavam pelo processo de customização que lhes dava um novo significado.

Segundo Carlos Gardin (2008), os figurinos voltados especificamente para o teatro ou a dança transmitem uma mensagem ao público:

Moda é linguagem, é um sistema constituído de signos que indica uma forma de expressão, de comunicação. Quando um indivíduo seleciona entre as mais variadas cores, os mais diversos tecidos e adereços e executa sua combinatória, ele construiu seu discurso, seu texto, que é, ao mesmo tempo, discurso moral, ético, ou seja, está inserido num contexto social, político, econômico e estético e quer significar algo quer em seu conteúdo ideológico, quer em seu conteúdo estético (artístico) (GARDIN, 2008, p. 76).

Como forma de se comunicar com o espectador, as escolhas do figurino realizadas por cada integrante definem seu personagem, colocam-no dentro de um grupo, um discurso e uma estética da mesma forma que alocam indivíduos em grupos ou em tribos sociais no dia a dia.

Além da miscelânea de peças masculinas e femininas em seu figurino, os Dzi Croquettes também usavam elementos como asas de borboleta, em *Assim falou Zaratustra* (figura 1), em uma versão *dance* e *techno pop* da música de Richard Strauss que abria o espetáculo:

Abrindo as suas asas, asas de retalhos, listradas, estampadas, floridas, evocando todas as cores, na plataforma do meio, dançam as “borboletas”, no mesmo compasso, uma imitando a outra com gestos idênticos, para se perderem finalmente na escuridão do palco. Levada pelo texto, chega então à coreografia possivelmente mais marcante na memória do espectador por sua beleza e sua expressão bem definida, com contrastantes movimentos femininos e masculinos (LOBERT, 2010, p. 63).

FIGURA 1 – DZI CROQUETTES, *ASSIM FALOU ZARATUSTRA*



FONTE: *Frame de Dzi Croquettes*. Direção: Tatiana Issa e Raphael Alvarez. Produção: Tria. Manaus, Imovision, 2009. DVD (110 min.).

A alusão à borboleta tinha tanto um mais literal como um metafórico, que vinculavam a borboleta à feminilidade ou à masculinidade afeminada e, portanto, aos limites da binaridade de gênero. Além das asas, os atores usavam botas femininas de cano longo acima dos joelhos, cuecas bem cavadas e de tecido reluzente e arranjos brilhosos na cabeça, como coroas de flores e plumas ou tiaras douradas. Os tecidos usados como asas atuavam mutuamente com os elementos cenográficos, exibindo mais movimento e luminosidade. Conforme Fausto Viana (2017)<sup>2</sup>, a vestimenta dos Croquettes se fazia no palco a partir da combinação com os demais elementos em cena; nas performances das borboletas, as capas-asas ganhavam aspectos que

<sup>2</sup> “A relação do traje de cena não se dá diretamente apenas com o corpo do performer ou gerando uma relação entre performer e objeto. A relação é muito mais ampla pois envolve os outros artistas de cena. Essa relação se complementa com o trabalho de diversos outros profissionais que compõem a cena e cujo trabalho afeta o traje. Dentre eles, o iluminador: sem luz, não há figurino. Com determinada luz, obtém-se determinado efeito ou cor. E assim por diante, passando pelo cenógrafo, pelo sonoplasta, pelo maquiador... A grafia da cena, a cenografia, envolve todos nessa arte que em essência é puramente colaborativa” (VIANA, 2017, p. 135).

mudavam de cor, moviam-se conforme os movimentos dos artistas, ritmadas pela sonoplastia, e se iluminavam com os efeitos de luz do palco.

Já na cena feita por Lennie Dale e Wagner Ribeiro (ou algumas vezes por Claudio Gaya), no espetáculo apresentado na segunda temporada, em que um casal dançava um bolero *dois pra lá dois pra cá*, a roupa representava um casal composto por um homem e uma mulher (figura 2).

FIGURA 2 – LENNIE DALE COM WAGNER RIBEIRO NO TEATRO BOBINO, EM PARIS



FONTE: CLARK; WERNECK, 2016, p. 37.

Dale usava calça branca, chapéu Panamá (o famoso *chapéu de malandro carioca*) e camisa social totalmente branca, além de calçados de sapateado. Ele guiava a dança com o ator Wagner Ribeiro, que trajava um vestido vermelho longo e rodado, com grandes decotes e sem mangas, calçados de salto alto e uma peruca de cabelos longos. Ambos exibiam maquiagem típica das apresentações dos Dzi Croquettes, composta por base branca, cílios grandes, batom forte e purpurina. O vestuário e a sonoplastia compunham uma cena sensual dos bailarinos, cujos gestos simulavam um casal apaixonado dançando. Lennie Dale utiliza-se do traje branco, associado ao malandro carioca ou a um dândi, assim como os demais artistas ligados à contracultura, como Mick Jagger e John Lennon, usaram figurinos e roupas brancas tencionando modelos hegemônicos de masculinidades.

É interessante perceber que na dança, apesar do questionamento sobre o gênero, que ocorria o tempo todo na teatralidade, inclusive por meio do corpo e do vestuário, propondo um terceiro sexo, não há uma definição dual (homem e mulher) como é possível notar na figura 2. Os Dzi representavam casais heterossexuais de acordo com o que queriam questionar em seus espetáculos, considerando as transformações culturais que aconteciam em relação ao gênero e à sexualidade. Também era necessário considerar o que era possível, por causa da censura, levar aos palcos.

Enquanto a indumentária de Wagner Ribeiro (assim como a de Gaya) remetia ao estereótipo da *femme fatale* ou à paixão incandescente, a utilizada por Paulo Bacellar (Paulette) aludia à delicadeza e ao amor romântico (figura 3). A personagem Paulette entrava timidamente no palco, puxada pelos apresentadores, cantando *Ne me quitte pas*, de Jacques Brel, com um vestido longo rosa e branco com camadas, babados e laços que lhe cobria o corpo todo. Usava ainda um chapéu de abas grandes com enormes laços. O rompimento de padrão estava no sapato, semelhante a uma bota velha masculina, que podia ser vista quando a personagem levantava o vestido ao andar e dava um tom cômico e inesperado à cena romanesca. A maquiagem era feita com blush, batom e sombra pesados, além de cílios longos e purpurina, e o cabelo era longo.

FIGURA 3 – PAULLETE NO TEATRO BOBINO, EM PARIS



FONTE: Imagem do acervo do Dzi Croquettes.

Outra indumentária de personagem que vale destacar é a de Cláudio Tovar no espetáculo apresentado em Paris, que, em determinado momento, representava uma bailarina alemã (figura 4) contracenando com dois atores – um no papel de uma professora de dança *socialite* e culta e o outro como uma aluna com quem Tovar discutia para dividir seu ursinho de pelúcia.

FIGURA 4 – A BAILARINA ALEMÃ, PERSONAGEM DE CLÁUDIO TOVAR, NO TEATRO CHARLES DE ROCHEFORT, EM PARIS



FONTE: *Frame* de DZI CROQUETTES. Direção: Tatiana Issa e Raphael Alvarez. Produção: Tria. Manaus, Imovision, 2009. DVD (110 min.).

A bailarina alemã de Tovar vestia meias longas, *colant* e *tutu* clássico (popularmente chamado de *tutu prato*, variação do *tutu* romântico)<sup>3</sup>, vestimenta que representa o figurino de bailarina com supostas pretensões acadêmicas e clássicas. O impacto principal é provocado por uma faixa com a suástica nazista no braço, além da maquiagem de palhaço com um bigode semelhante ao de Hitler (o penteado também faz referência ao ditador nazista). Ainda complementa o figurino uma coleira dourada com um sino sibilante parecido com os utilizados em bovinos.

Além da clara intenção de criticar os regimes ditatoriais, havia também outras duas possibilidades de sátira presentes na indumentária de Tovar: a primeira remetia à infantilidade *versus* o machismo/poder, com a mistura de um vestido de bailarina infantilizado e as remissões a um ditador que demarcava o poder exercido pelos homens. A segunda seria destinada à dança clássica como exemplo da cultura hegemônica, pois durante a encenação a professora trata o balé como símbolo de ostentação de uma cultura elevada.

FIGURA 5 – LENNIE DALE E CIRO BARCELOS, NO TEATRO BOBINO, EM PARIS



FONTE: CLARK; WERNECK, 2016, p. 39.

<sup>3</sup> Ver: VIANA; MUNIZ, 2012, p. 47.

Já na cena do espetáculo *Gente computada*, em que os dançarinos Lennie Dale e Ciro Barcelos (figura 5) usam tangas com fitas amarradas na cintura, coroas e plumas nos cabelos, maquiagem característica dos Dzi Croquettes e uma luva de boxe em apenas uma mão, eles representam toda a *força do macho e a graça da fêmea* em um único ser. O corpo dos intérpretes está praticamente nu, coberto apenas pela diminuta tanga e por purpurina colorida. É interessante notar que, como indicam Viana e Muniz (2012), o corpo nu não deixa de ser um figurino:

Por sua fala o autor faz depreender que o corpo nu pode ser igualmente um figurino e, de alguma maneira, por si ser capaz de delimitar algumas características da personagem. Essa nudez, contudo, não é uma constante para o ator/intérprete. É possível pensar em momentos distintos em que nesse figurino, o corpo nu, sobreponham-se outras camadas, e ao retomar, por exemplo, o teatro primitivo, o corpo poderia cobrir-se inicialmente apenas com cor, ou seja, com tinta, dando à sua pele outra aparência que, por conseguinte, seria capaz de provê-lo de um significado ou representação, assim como as máscaras de bode no culto a Dionísio na origem da tragédia grega. (VIANA; MUNIZ, 2012, p. 109)

O nu está no princípio do teatro, e a corporalidade também é considerada traje em cena, pois é capaz de caracterizar um personagem. É o caso da cena de Dale e Ciro, na qual dançavam fazendo alusão a ritos primitivos. Apesar disso, para a sociedade e o governo brasileiros, naquele momento de cerceamento da liberdade, a nudez era praticamente um tabu, e muitos não a compreendiam como caracterização de um personagem. Daí decorreu algumas das punições ao Dzi Croquettes:

O aforismo “toda nudez será castigada!”<sup>4</sup> pode funcionar, diante dessa realidade da vida cultural brasileira, como uma lembrança de que é perigoso mexer com a hipocrisia em qualquer campo da produção cultural no país, em especial no teatro (PARANHOS, 2012 p. 43).

É importante lembrar também que a composição das personagens não é feita somente por meio da roupa, mas por todos os elementos que compõem o visual, como acessórios, perucas e maquiagem. Nas apresentações do Dzi Croquettes, a maquiagem era uma das poucas coisas constantes<sup>5</sup>: ela era feita nos bastidores, antes do espetáculo, e deveria durar até a última cena sem nenhuma alteração, apenas retoques, se necessário (figura 6).

<sup>4</sup> O escritor e jornalista Nelson Rodrigues havia descrito a hipocrisia com a qual o corpo, a nudez e a sexualidade eram tratados em seu romance *Toda nudez será castigada* (1965), no qual revela os castigos infligidos àqueles que questionavam ou desafiavam as normativas vigentes, tanto no cotidiano como na representação por meio de ações culturais.

<sup>5</sup> “Se, por um lado, criavam um magnífico clima com uma única maquiagem no rosto e com muita purpurina colorida no corpo, a vestimenta, por sua vez e por contraste, era trocada constantemente e exageradamente do começo ao final do espetáculo, apesar de tratar-se sempre de uma mesma gramática de composição” (LOBERT, 2010, p. 68).

FIGURA 6 – PREPARAÇÃO NO CAMARIM



FONTE: SCHWARTZ, 2012, p. 60.

A maquiagem era basicamente uma base branca aplicada por todo o rosto, sobre a qual eram pintados os lábios, os bigodes ou as barbas (caso fossem artificiais, como o bigode da bailarina alemã representada por Tovar). Os olhos recebiam sombras coloridas com brilhos e cílios postiços longos. A boca era maquiada com batom vermelho ou preto, e o blush criava maçãs do rosto muito vermelhas.

Com traços exaltantes e exagerados, criavam em seus rostos verdadeiras obras-primas e assim cativavam, pelo resultado, pela luz da purpurina com seus múltiplos coloridos berrantes, a simpatia e a empatia do espectador, desde o primeiro momento de apresentação (LOBERT, 2010, p. 49).

FIGURA 7 - DZI CROQUETTES - OS TREZE



FONTE: CLARK; WERNECK, 2016, p. 5.

Além de chamar a atenção do público para o rosto e as expressões dos atores, outra função da maquiagem, no caso do Dzi Croquettes, era a fusão (ou a desconstrução) de gênero das personagens: “Como máscaras, a maquiagem enfatizava a ambiguidade da proposta, ajudando a manter a incógnita até o final do espetáculo: tratava-se de um elenco composto só por homens ou não?” (LOBERT, 2010, p. 69). Na reportagem de Liana Horta, intitulada

*A mensagem pintada nos rostos*, publicada no *Jornal do Brasil* em 1973, a jornalista usa a maquiagem dos integrantes do Dzi Croquettes para exemplificar uma tendência da década de 1970:

Quando o grupo de bailarinos dos Dzi Croquettes aparece em cena, a reação da plateia – tanto na temporada carioca no Pujol, como agora no teatro em São Paulo – é quase sempre a mesma. As figuras masculinas, com uma forte maquiagem colorida e trejeitos femininos, se chocam entre si, provocando o aparecimento de seres híbridos e de sexualidade dúbia. O público, a princípio perplexo, reage sistematicamente com o riso irônico. O caso dos Dzi Croquettes não é o único. Secos e Molhados, um conjunto de música jovem, pinta os rostos de seus cantores com o mesmo exagero do ritual que acompanha as suas apresentações. Maria Alcina tem um rosto diferente em cada show, enquanto no teatro e na televisão, os atores acreditam que pintados se comunicam melhor com o público (HORTA, 1973, p. 1).

A maquiagem foi utilizada pelos atores do Dzi Croquettes como uma maneira de comunicação com o público, e somava-se ao figurino como de alcançar pelo humor a crítica social que planejavam. Conforme o crítico de teatro Yan Michalski (1974), do *Jornal do Brasil*:

O que Dzi Croquettes procuram é explorar, dentro de um clima lúdico da mais absoluta liberdade criativa, o choque do contraste proveniente do uso dos figurinos, acessórios e maquiagens femininas em cima de corpos masculinos, temperando o efeito com sofisticado emprego de música, coreografia e texto humorístico (MICHALSKI, 1974, p. 7).

As escolhas das peças e dos elementos do figurino do Dzi Croquettes, portanto, embora pudessem inicialmente parecer uma bagunça aleatória, eram na verdade pensadas para transmitir ao público a ideia principal da peça: a mistura dos gêneros masculino e feminino e o rompimento com a binaridade de gênero. A sensação de estranheza que isso causava ao público era transformada pelos atores em comicidade, que provocava risos. Segundo Propp (1992), qualquer deslocamento ou desvio de vestuário em relação à moda, ao gênero, ao contexto e à idade de um indivíduo é por si só capaz de causar comicidade, já que há nessa ação uma ruptura da expectativa comportamental do indivíduo dentro de uma determinada sociedade. Ademais,

[...] de início, as mudanças devem ser consideradas como transgressões de um comportamento comum e provocam riso. Esta é razão pela qual suscitam risos as modas vistosas e insólitas. É muito fácil apresentar a história da moda de maneira sátira. No âmbito de uma mesma geração podem mudar, por exemplo, os efeitos dos chapéus femininos. [...] assim, é cômica não só a última moda, mas em geral qualquer roupa extravagante que destaque um homem de seu meio (PROPP, 1992, p. 63).

As transgressões ao vestuário ou à moda vigente em um determinado contexto provocam riso por saírem do comum e surpreenderem o público. Assim, as peças de tamanho maior que o manequim dos atores e com os gêneros deslocados davam automaticamente um tom de humor ao espetáculo dos Croquettes, alavancando o texto escrito por Wagner Ribeiro. Afinal, a transgressão sempre foi o caminho utilizado pelo grupo para questionar todos os padrões de sexualidade, bem como para romper com a conservadora moral imposta aos habitantes do Brasil naquele período.

Se até então o guarda-roupa masculino estava estagnado em cores escuras ou neutras (preto, cinza, azul-marinho, sendo permitido o branco para camisas e roupas de baixo), na década de 1960, houve a incorporação de cores e estampas anteriormente associadas ao vestuário da mulher. A insubmissão do gênero na moda aprofundou-se na camada jovem durante os anos 1970; Crane (2006) aponta o músico David Bowie como exemplificação da proposta de um novo tema, que combinou a ficção científica com os rompimentos dos limites de gênero anteriormente estabelecidos:

David Bowie desferiu um ataque radical à forma como o vestuário codifica e estipula os gêneros, ele foi o primeiro cantor a projetar uma imagem escancaradamente travestida, usar vestidos, maquiagem nos olhos e perucas extravagantes e bijuterias – estabelecendo um novo conjunto de ícones visuais, copiados por muitos grupos posteriores e por seus fãs – às vezes, fundidos com motivos machistas (CRANE, 2006, p. 367).

De acordo com a socióloga, o vestuário propicia um campo de análise para a interpretação das pessoas sobre determinada forma de cultura em seu próprio uso, bem como a aparência considerada apropriada para cada época, gênero e classe social. A moda masculina, por todo o século XIX até o fim do XX, reafirmava uma aparência propositadamente austera e conversadora, os estilos de vestuário para homens de classe média eram definidos por uma tradição restrita, estável e orientada para o passado. Ainda segundo a autora, alguns itens do vestuário masculino e feminino não transitaram tão facilmente entre os antigos limites da moda:

A masculinidade contemporânea mostrada pela mídia tem quatro características principais: 1) potência e controle físicos associados ao corpo masculino; 2) heterossexualidade, definida com relações sociais com homens e relações sexuais com mulheres; 3) conquistas profissionais em empregos identificados como “trabalho de homens”; e 4) papel familiar patriarcal. Muitos homens relutam em projetar uma imagem que se desvie dessas normais, em geral, para mentalidade popular, a identidade masculina é fixa e inata, e não socialmente construída. Portanto, as tentativas de construir uma identidade através dos usos de vestuário são vistas com reservas particularmente por homens mais velhos (CRANE, 2006, p. 354).

Portanto, para Crane (2006), a masculinidade contemporânea também se utiliza de pilares estabelecidos pelas mídias para construir os conceitos que determinam o que é apropriado para o vestuário de cada gênero: o que é aceito para os homens indica as características físicas de força, realização profissional e família tradicional, com o homem no lugar de líder provedor. A indumentária que difere dessas características preestabelecidas é negada e excluída. Segundo Blackman, “o vestuário dos homens no cinema e na música estava conectado fortemente com a moda nos anos de 1970, em uma cultura dirigida por celebridades e astros do cinema, canais por meio dos quais a moda pode ser disseminada” (BLACKMAN, 2009, p. 66).

A partir dessa perspectiva, a autora afirma que “todo artista pretende estar na vanguarda da moda ou adota um estilo diferente de se vestir – um subproduto da autoconfiança necessária para exercer sua profissão, pelo meio de vanguarda que habita, pelo desprezo perante a convenção e para chocar o público (BLACKMAN, 2009, p. 66).

Não à toa a década de 1970 foi classificada pelo historiador Eric Hobsbawm (1995) como a *era dos extremos*, período no qual ocorreram, a nível global, transformações culturais, inovações científicas e convulsões sociais que alteraram ou reformularam a (auto) percepção dos sujeitos, da liberdade e dos corpos. Sendo uma das principais marcas desse momento histórico os movimentos de direitos civis terem ganhado as ruas, deslocando os corpos e as lutas individuais dos espaços privados para os públicos. Já No Brasil, em 1964, o governo militar passou a agir por meio dos Atos Institucionais (AIs), pelos quais podiam tomar decisões e ações sem a necessidade de aprovação da Câmara ou do Senado. Nesse momento, portanto, o legislativo brasileiro foi substituído pela vontade dos militares no que se refere à criação e à promulgação de leis.

O Dzi Croquettes, assim, era um grupo composto por cidadãos brasileiros que assimilavam as concepções de libertação do corpo advindas das discussões europeias e norte-americanas da contracultura, transmutando-as e adaptando-as para a realidade brasileira, mas que, ao mesmo tempo, era censurado pelo regime ditatorial local. Como resultado, os Croquettes passaram a fazer parte do que foi chamado de *o desbunde*, terceira via para aqueles que não se identificavam nem com as ideologias de direita e nem com as de esquerda, que estavam em conflito com o cenário político nacional, mas que, por outro lado, pretendiam trazer à tona e discutir questões identitárias, sobre os direitos individuais e a busca por liberdades que vão além da política. Muitos artistas seguiram por esse caminho, no qual o grupo Dzi Croquettes foi um dos destaques, ao usar a transgressão de gênero como forma de desestabilizar as representações padronizadas do masculino e do feminino (GREEN, 2000), desafiando com humor e deboche as convenções de família, de gênero e até mesmo de dança, estabelecidas pela sociedade conservadora e pelo regime militar.

## Referências

ALBERTI, Verena. **O riso e o risível**: na história do pensamento. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

BLACKMAN, Cally. **100 anos de moda masculina**. Barcelona: Blume, 2009.

BUSTAMANTE, Rita de Cássia. **Retalhos em cena**: concebendo o figurino na televisão. 2008. Dissertação (Mestrado em Moda, Cultura e Arte) – Centro Universitário Senac, São Paulo, 2008. Disponível em: <http://biblioteca.sp.senac.br/LINKS/acervo284191/RETALHOS%20EM%20CENA%20-%20CONCEBENDO%20O%20FIGURINO%20NA%20TELEVIS%C3%83O%20-%20PARTE%20I.pdf>. Acesso em: nov. 2019.

BUZAID, Alfredo. **Em defesa da moral e dos bons costumes**. Brasília: Ministério da Justiça, 1970.

CLARK, Bianca; WERNECK, Juliano. **Dzi Croquettes**. Rio de Janeiro: Stamppa Gráfica, 2016.

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social**: classe, gênero e identidade das roupas. São Paulo: Senac, 2006.

DUNN, Christopher. **Contracultura**: alternative arts and social transformation in authoritarian Brazil. Chapel Hill: The University of North Carolina Press, 2016.

FRY, Peter. Da hierarquia à igualdade: a construção histórica da homossexualidade no Brasil. In.: FRY, Peter. **Para inglês ver**: identidade e política na cultura brasileira. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1982, p. 87-115.

GARDIN, Carlos. O corpo mídia: modos e moda. In.: CASTILHO, Kathia; OLIVEIRA, Ana Claudia (orgs). **Corpo e moda**: por uma compreensão do contemporâneo. Barueri: Estação das Letras e Cores, 2008, p. 75-83.

GREEN, James N. **Além do carnaval**: homossexualidade no Brasil do século XX. São Paulo: Unesp, 2000.

GREEN, James N. A luta pela igualdade: desejos, homossexualidade e a esquerda na América Latina. **Cad. AEL**, v. 10, n. 18/19, p. 15-41, 2003. Disponível em: <https://www.ifch.unicamp.br/ojs/index.php/ael/article/viewFile/2508/1918>. Acesso em: jan. 2020.

GREEN, James N. Visão retrospectiva: um balanço histórico e memorialístico do movimento LGBT no Brasil. **Revista Cult**, São Paulo, n. 235, p. 24, jun. 2018. Disponível em: <https://revistacult.uol.com.br/home/um-balanco-historico-e-memorialistico-do-movimento-lgbt-no-brasil/>. Acesso em: jan. 2020.

GREEN, James N.; POLITO, Ronald. **Frescos trópicos**: fontes sobre homossexualidade masculina no Brasil (1870-1980). Rio de Janeiro: José Olympio, 2006.

GREEN, James N.; QUINALHA, Renan. (orgs.) **Ditadura e homossexualidades**: repressão, resistência e a busca pela verdade. São Carlos: EdUFSCar, 2014.

HOLLANDA, Heloísa Buarque de. **Impressões de viagem**: CPC, vanguarda e desbunde 1960/1970. 5. ed. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2004 [1979].

HOBBSAWM, Eric. **Era dos Extremos: o breve século XX**, 1914-1991. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

KHÉDE, Sonia S. **Censores de pincenê e gravata**: dois movimentos da censura teatral no Brasil. Rio de Janeiro: Codecri, 1981.

KLOSS, Renato. Dzi Croquettes: Lennie Dale e os andróginos tipo exportação. **O Cruzeiro**, Rio de Janeiro, edição 21, 1974.

**LEITE, Adriana**; GUERRA, Lisette. **Figurino**: uma experiência na televisão. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.

LOBERT, Rosemary. **A palavra mágica**: a vida cotidiana do Dzi Croquettes. Campinas: Editora Unicamp, 2010.

MARCONI, Paolo. **A censura política na imprensa brasileira (1968-1978)**. São Paulo: Global, 1980.

MICHALSKI, Yan. Caderno B. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, p. 7, 10 fev. 1974.

OCANHA, Rafael Freitas. As rondas policiais de combate à homossexualidade na cidade de São Paulo (1976-1982). In: GREEN, James N.; QUINALHA, Renan (orgs.). **Ditadura e homossexualidades**: repressão, resistência e a busca da verdade. São Carlos: EdUFSCar, 2015, p. 149-176.

O GLOBO. **Dzi Croquettes**: Romance em Paris. São Paulo, 3 fev. 1977.

OLIVEIRA, Megg Rayara Gomes de. **O diabo em forma de gente**: (r)existências de gays afeminados, viados e bichas pretas na educação. Curitiba: Editora Prismas, 2017.

PARANHOS, Kátia Rodrigues. **História, teatro e política**. São Paulo: Boitempo, 2012.

PARKER, Richard. **Abaixo do Equador**: culturas do desejo, homossexualidade masculina e comunidade gay no Brasil. Rio de Janeiro: Record, 2002.

PENTEADO, Fernando. M.; GATTI, José. **Masculinidades**: teoria, crítica e artes. Barueri: Estação das Letras e Cores, 2011.

PRADO, Miguel Arcanjo. “Dzi Croquettes” volta a SP 45 anos após estreia: “Defendíamos ideais”. **Blog do Arcanjo** (website), 9 nov. 2011, não paginado. Disponível em: <https://www.blogdoarcanjo.com/2016/11/09/dzi-croquettes-volta-a-sp-45-anos-apos-estrela-defendiamos-ideais/>. Acesso em: jan. 2020.

PROPP, Vladimir. **Comicidade e riso**. São Paulo: Ática, 1992.

QUINALHA, Renan Honorio. **Contra a moral e os bons costumes**: a política sexual da ditadura brasileira (1964-1988). 2017. Tese (Doutorado em Relações Internacionais) – Instituto de Relações Internacionais, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017. DOI: 10.11606/T.101.2017.tde-20062017-182552. Acesso em: nov. 2018.

RISÉRIO, Antonio. Duas ou três coisas sobre a contracultura no Brasil. In.: COELHO, Claudio Novaes Pinto. **Anos 70**: trajetórias. São Paulo: Iluminuras, 2005, p. 25-30.

RODRIGUES, Jorge Caê. **Anos fatais**: design, música e tropicalismo. Coleção Série Design. Rio de Janeiro: Editora 2AB, 2007.

ROSSETTI, Ana. **Roupas íntimas**: o tecido da sedução. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

ROZAK, Theodore. **A contracultura**: reflexões sobre a sociedade tecnocrática e a oposição juvenil. Trad. Donaldson M. Garschagen. Petrópolis: Vozes, 1972.

SANTAELLA, Lucia. A volatilidade subjetiva e a moda. In.: OLIVEIRA, Ana Claudia de; CASTILHO, Kathia. **Corpo e moda**: por uma compreensão do contemporâneo. Barueri: Estação das Letras e Cores, 2008.

SANTAELLA, Lucia. **Corpo e comunicação**: sintoma da cultura. São Paulo: Paulus, 2004.

SANT’ANNA, Mara Rúbia. **Teoria da moda**: sociedade, imagem e consumo. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2007.

SCHWARTZ, Madalena (org.) **Crisálidas**: fotografias de Madalena Schwartz. São Paulo: Instituto Moreira Salles, 2012.

TONELLY, Bayard. No ato com Tonelly Bayard. **Woo! Magazine**, Entrevistas, 24 jan. 2017. Disponível em: <https://woomagazine.com.br/bayard-tonelli/>. Acesso em: jan. 2020.

TREVISAN, João Silvério. **Devassos no paraíso**: a homossexualidade no Brasil, da colônia à atualidade. Rio de Janeiro: Editora Record, 2000.

UMA ópera *pop* dos Dzi Croquettes, com violência, plumas e paetês. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, Caderno de Cultura, p. 33, 31 jul. 1976.

UM homem múltiplo. **O Globo**, Rio de Janeiro, Segundo Caderno, 8 setembro 2012, p. 4.

O quarto sexo. **VEJA**. Seção Comportamento, 1 maio 1974. Disponível no Arquivo da Editora Abril e no Acervo Digital da Revista Veja: <https://complemento.veja.abril.com.br/acervodigital/index-novo-acervo.html>. Acesso em: jan. 2020.

VENTURA, Mauro. Cláudio Tovar retoma Dzi Croquettes e volta à TV. **O Globo (online)**, Rio de Janeiro, 8 set. 2012. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/claudio-tovar-retoma-dzi-croquettes-volta-tv-6027796#ixzz4u0f9NVnS>. Acesso em: jan. 2020.

VIANA, Fausto. O traje de cena como documento. **Revista Sala Preta**, São Paulo, v. 17, n. 2, 2017, p. 130-150.

VIANA, Fausto; MUNIZ, Rosane. **Diário de pesquisadores**: traje de cena. São Paulo: Editora das Letras e Cores, 2012.

## Filmografia

DZI Croquettes. Direção: Tatiana Issa e Raphael Alvarez. Produção: Tria Produções. Manaus: Imovision, 2009. DVD (110 min.), color e PB.



## A moda e a memória: dos brechós ao estilo DIY como construção de identidade

*Fashion and memory: from thrift stores to DIY style as an identity construction*

Priscila Kieling Pontin<sup>1</sup>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9839-4057>

Moisés Waismann<sup>2</sup>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3164-790X>

Judite Sanson de Bem<sup>3</sup>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5206-5453>

[resumo] Já existe um tempo em que a moda está sendo repensada no que tange às questões do seu ciclo existencial, o de uma peça, por exemplo. A construção de uma identidade com base na moda DIY ressignifica os brechós como objeto de consumo crescente nas sociedades. Assim, o público pode se expressar com uma identidade única, uma mistura de estilos em que as peças garimpadas em brechós tomam cena no cotidiano do vestuário e possibilitam uma cultura de “resistência” à tendência comum, ao *mainstream*, que muitos buscam ao vestir peças de segunda mão ou feitas de forma artesanal, criando, assim, um estilo próprio como forma de se diferenciar no que tange sua comunicação visual. Este texto problematiza a construção de uma identidade a partir da moda DIY e sua relação com o consumo em brechós, especificamente no Bendita Traça. Fez-se uma revisão bibliográfica sobre o tema. Percebe-se que os donos de brechós estão atentos à escolha de peças que são verdadeiros vestígios memoriais, e aqueles que as adquirem mais atentos ainda, pois elas representam uma das bases do DIY. O trabalho oriundo do brechó pesquisado (Bendita Traça) revela uma conexão do passado com o presente por meio dos vestígios e, dessa forma, foi possível refletir sobre a relação do público consumidor com esse tipo de estabelecimento, de forma a estabelecer uma comunicação visual diferenciada.

[palavras-chave] **Brechós. DIY. Identidade. Memória. Moda.**

---

<sup>1</sup> Mestre em memória Social e Bens Culturais pela Universidade La Salle. Pesquisadora Voluntária no Observatório Unilasalle: Trabalho, Gestão e Políticas Públicas. E-mail: [kielingpriscila@gmail.com](mailto:kielingpriscila@gmail.com). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2247413456380290>.

<sup>2</sup> Pós-doutor em Educação, UFRGS; Doutor em Educação pela Universidade do Vale do Rio do Sinos/RS. Professor e pesquisador no Programa de Pós-Graduação em Memória Social e Bens Culturais da Universidade La Salle. E-mail: [moises.waismann@gmail.com](mailto:moises.waismann@gmail.com). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3415248838045599>.

<sup>3</sup> Pós -doutora em Geografia Humana, UFRGS; Doutora em História pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Professora e pesquisadora no Programa de Pós-Graduação em Memória Social e Bens Culturais da Universidade La Salle. E-mail: [jsanson@terra.com.br](mailto:jsanson@terra.com.br). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1977156622994347>.

[abstract] There is already a time when fashion has been rethought in terms of issues of its existential cycle, of a piece, for example. The construction of an identity from DIY fashion resignifies thrift stores as an object of growing consumption in societies, where consumers/public can express themselves from a unique identity, using a mixture of styles, where the pieces mined in thrift stores take scene in the daily life of his clothing, enabling a culture of “resistance” to the common trend, to the mainstream, that many seek when using second-hand or handmade pieces, thus seeking their own style as a way of differentiating themselves in terms of their visual communication. This text problematizes the construction of an identity from DIY fashion and its relationship with consumption in thrift stores, specifically in Bendita Traça. A bibliographic review was carried out on the subject. It is noticed that thrift stores are attentive to the choices of pieces that are true memorial vestiges, and those who acquire these pieces are even more attentive, as they represent one of the bases of DIY. The work from the researched thrift store Bendita Traça, reveals a connection between the past and the present, through the traces and, in this way, it was possible to reflect on the relationship of the consumer public with this type of establishment, in order to establish a differentiated visual communication.

[keywords] **Thrift stores. DIY. Identity. Memory. Fashion.**

Recebido em: 01-03-22

Aprovado em: 21-03-22

## A busca pelo fazer e refazer: uma discussão sobre a moda e identidade

Há algum tempo, a moda vem sendo repensada no que tange as questões do seu ciclo existencial. Aqui, referimo-nos ao período que um estilo de se vestir permanece, ou também podemos considerar o início, o ápice e o declínio<sup>4</sup> de uma peça, por exemplo.

O estilo DIY remete à criação de uma alternativa simbólica por meio de um espaço de autocapacitação, ajuda mútua e engajamento social alternativo. Resulta em práticas associativas e recreativas organizadas pelos próprios participantes em um processo de empoderamento com impacto no seu próprio projeto pessoal. DIY serve como uma força contrária. Do inglês “*do it yourself*”, isto é, “faça você mesmo” em tradução literal, o conceito remete ao próprio nome: fazer uma peça artesanalmente. De acordo com o site *filipeflop.com*<sup>5</sup>, especula-se que essa proposta surgiu nos Estados Unidos, por volta de 1912. O site cita que, nessa época, o objetivo do movimento estava voltado às reformas e melhorias do lar, feitas pelos próprios proprietários; após, em 1950, a prática se propagou e se tornou um conceito.

A construção de uma identidade a partir da moda DIY ressignifica os brechós como objeto de consumo crescente nas sociedades. Assim, o público pode se expressar com uma identidade única, uma mistura de estilos em que as peças garimpadas em brechós tomam cena no cotidiano do vestuário e possibilitam uma cultura de “resistência” à tendência comum, ao *mainstream* (em uma tradução literal, *mainstream* significa “convencional” e, atualmente, é usado como expressão idiomática para sinalizar o que todo mundo usa, o que é popular). Cultura essa que muitos buscam ao vestir peças de segunda mão ou feitas de forma artesanal, criando, assim, um estilo próprio como forma de se diferenciar no que tange sua comunicação visual. Além disso, esse nicho social procura se inserir um grupo, também chamado tribo. Termo utilizado desde a metade dos anos 1980 por Michel Maffesoli (2014, p.45)<sup>6</sup>, caracteriza a “tribo urbana”, um coletivo de indivíduos com interesses comuns, hábitos e ideias similares, maneiras de se vestir ou mesmo gosto musical semelhantes (FREHSE, 2006) e que partilha a mesma identidade.

A partir do exposto, este artigo tem como objetivo problematizar a construção de uma identidade a partir da moda DIY e sua relação com o consumo em brechós. Preliminarmente, acredita-se que a mesma possibilita: (a) mistura de estilos; (b) cultura de “resistência” à tendência comum, ao *mainstream*; (c) busca de um estilo próprio; e (d) desejo de se inserir em um grupo (tribo) partilhando a mesma identidade.

Inicialmente, o texto não pretende fazer relações entre o significado dos brechós e a customização, muito menos com o *upcycling*, mas procura deixar o leitor mais próximo da importância dos brechós como uma opção de DIY. Matéria do jornal O Globo, de 18 de agosto de 2006, salienta que “o brechó de hoje não tem mais aquela cara poeirenta de bazar. É organizado, tem uma seleção de roupas exigente e fornecedores selecionados a dedo. Brechó,

<sup>4</sup> Detalhamento em <http://cadernetafashion.blogspot.com/2013/02/o-ciclo-da-moda.html>. Acesso em: 20 abr. 2020.

<sup>5</sup> Disponível em: <https://www.filipeflop.com/blog/o-que-significa-diy/>. Acesso em: 12 jan. 2022.

<sup>6</sup> MAFFESOLI, Michel. O tempo das tribos – o declínio do individualismo nas Sociedades de massa. 5. ed. São Paulo: Forense Universitária, 2014.

agora, é uma loja de verdade” (O GLOBO, 2006, p. 1). Em outro artigo desse mesmo jornal, publicado em 16 agosto de 2011 (1 p), intitulado “Os Brechós economizam na indumentária” salientava que no Brasil, sobretudo por causa do poder aquisitivo da população, os brechós são claramente uma opção de redução de gastos com vestimentas. Esta característica vai se exacerbar com a pandemia.

A questão da perda de renda ou das oportunidades do mercado é levantada por Guerra quando salienta o mesmo problema na música.

O Brasil enfrenta fortes pressões domésticas causadas pela desaceleração do mercado global econômico e seu impacto nas oportunidades de emprego. Como mostram os dados, como parte de uma estratégia coletiva para lidar com a perspectiva de emprego precário e seu impacto na qualidade de vida, muitos jovens adultos são compelidos a adotar um estilo de vida caracterizado por meios relativamente modestos, compensados por uma maior margem de liberdade na termos de planos de carreira. A existência de produção e consumo cultural DIY, dentro de um ecossistema socioeconômico adequado para esse fim, fornece-lhes um estilo de vida ético que eles sentem ser mais importante do que a busca de riqueza e status. (GUERRA, 2021, p. 13-14)<sup>7</sup>

Logo em seguida a autora complementa Guerra:

[...] uma forma de entender o surgimento e o aumento da prevalência de carreiras musicais fundadas no DIY é uma resposta à natureza precária da vida cotidiana nas sociedades pós-industriais, uma vez que são inevitavelmente “artes da existência”, outros fatores também podem informar a importância dessas carreiras para aqueles que se dedicarem a eles. À medida que essas cenas se tornaram globalmente estabelecidas, sua importância também foi vista em relação às desigualdades de gênero e étnicas em muitas das cidades do mundo. (GUERRA, 2021, p. 14)<sup>8</sup>

<sup>7</sup> Brazil faces strong domestic pressures caused by the slowdown of the global economy and its impact on employment opportunities. As shown by the data, as part of a collective strategy to deal with the prospect of precarious employment and its impact on quality of life, many young adults are compelled to adopt a lifestyle characterized by relatively modest means, offset by a greater margin of freedom in terms of career paths. The existence of DIY cultural production and consumption within a socio-economic ecosystem suitable for this purpose provides them with an ethical lifestyle that they feel is more important than the search for wealth and status (GUERRA, 2021, p. 13-14)

<sup>8</sup> As noted above, if one way of understanding the emergence and increasing prevalence of musical careers founded on DIY is a response to the precarious nature of everyday life in post-industrial societies, given that they are inevitably “arts of existence”, other factors may also inform the significance of these careers for those who dedicate themselves to them. As these scenes have become globally established, their significance has also been seen in relation to gender and ethnic inequalities in many of the world’s cities. (GUERRA, 2021, p. 14)

Assim, há um hiato entre o viver e o poder salientado:

Ao escolher um estilo de vida baseado na ideologia e na prática DIY, os indivíduos podem articular de forma mais incisiva o seu sentido de distância da realidade institucional e cultural, políticas de uma existência urbana neoliberal Guerra. (GUERRA, 2021, p. 14)<sup>9</sup>

Para dar conta do objetivo proposto, o texto faz uma revisão bibliográfica sobre a temática e refaz essa trajetória nos estudos ora existentes, assim como também se debruçou em parte sobre a dissertação de mestrado, defendida no Programa de Pós- Graduação Memória Social e Bens Culturais da Universidade La Salle, com o título *A utilização de vestígios memoriais como estratégia para agregar valor à moda produzida nos brechós: o caso do Benedita Traça*, de uma das autoras deste texto.

A escrita está dividida em três partes, além da introdução. Na continuidade, apresenta-se o tópico *Memória e identidade: a moda como negócio e consumo*; em seguida, *O modo DIY – a possibilidade do consumo em brechós como forma de se inserir em um grupo (tribo) partilhando de uma mesma identidade*; e, na sequência, *Considerações finais* e as referências utilizadas.

### **Memória e identidade: a moda como negócio e consumo**

Sobre moda e memória, o *Dicionário de expressões da memória social dos bens culturais e da cibercultura*, define: “moda é o uso, hábito, gosto ou estilo nos mais diversos aspectos possíveis, dentro de um determinado contexto” (KLEMT, 2017, p. 212). Tal conceito reforça a reflexão trazida por Lipovetsky (2009): a moda foi mudando na medida da evolução dos povos e da sua identidade. Klemt (2017), no mesmo verbete, aponta que a relação entre moda e memória perpassa por conceitos como “identidade, imaginário social, linguagem e cultura” (KLEMT, 2017, p. 213), que reafirmando que as questões culturais e identitárias estão presentes no consumo de moda. Em função disso, é possível dizer que moda é forma de expressão, é linguagem. Essa forma de se expressar vai ao encontro das formações dos grupos sociais em que se constitui a identidade destes indivíduos.

Gilles Lipovetsky (2009) já propôs essa reflexão em sua obra *O império do efêmero*, quando, no primeiro capítulo, recupera uma espécie de linha do tempo, refletindo como a moda foi mudando com a sociedade. Com alguns exemplos o autor demonstra que as pessoas se vestiam, desde a Idade Média, de acordo com a classe social, o que identificamos como uma forma de comunicação: usavam roupas conforme sua necessidade, como algo confortável para a lida diária, no caso das classes trabalhadoras, por exemplo (LIPOVETSKY, 2009). Outros autores,

<sup>9</sup> By choosing a lifestyle based on DIY ideology and practice, individuals can articulate more incisively their sense of distance from the institutional and cultural policies of a neoliberal urban existence. (GUERRA, 2021, p. 14)

como Barnard (2003) e Crane (2006), também apresentaram a moda sob a perspectiva da comunicação, bem como versaram sobre a relação social com a moda. Crane (2006) retoma que, na Antiguidade, os tecidos eram “tão caros e preciosos que constituíam uma espécie de moeda de troca” (CRANE, 2006, p. 25), o que leva à justificativa natural do fato de que as pessoas, dependendo de sua classe social, usavam roupas diferentes, e ainda, as roupas eram como uma forma de *rótulo* para um indivíduo. Mais adiante, com a evolução da moda e sua apropriação pelo público, a comunicação e a identidade ficaram mais presentes. Barnard (2003) reflete que parece ser intuitivo afirmar que um indivíduo quer comunicar algo sobre si ao se vestir, tendo em vista a chamada “experiência do dia a dia” (BARNARD, 2003, p. 53) na qual as peças são selecionadas pela pessoa conforme a atividade que vai atender naquele dia, ou a ocasião ou até o estado de humor. Contudo, Barnard (2003) se contradiz, questionando se é o indivíduo que veste ou o estilista criador da peça que quer dizer algo. Com isso, o autor nos leva a refletir sobre identidade e semiótica, isto é, conforme a interação, percebe-se a comunicação de uma forma diferente. Ainda refletindo sobre identidade, é possível debater outro ponto que Barnard (2003) apresenta: por meio da indumentária, as pessoas se constituem como “seres sociais” (BARNARD, 2003, p. 64). Ele situa indumentária e moda sob o aspecto da cultura quando afirma:

[...] indumentária e moda, como comunicação, são fenômenos culturais no momento em que a própria cultura pode ser entendida como um sistema de significados, como as formas pelas quais as crenças, os valores, as idéias e as experiências de uma sociedade são comunicadas por meio de práticas, artefatos e instituições. (BARNARD, 2003, p. 64)

Sendo assim, pode-se perceber, a partir desses exemplos, a questão cultural presente no consumo de moda, estando esse consumo de acordo com o jeito de ser de determinado grupo, a forma como trabalha, suas crenças, as questões climáticas do local, entre outros fatores que influenciam o vestuário das pessoas. Essa perspectiva faz muito sentido se nos atentarmos ao fato de que, ao longo dos anos, a forma de se vestir sempre foi lógica, pois se adequa ao dia a dia e à identidade de cada recorte social. Percebe-se que as questões que envolvem vestimenta seguem um padrão de comunicar algo e, novamente, de se adequar às práticas, à rotina e à identidade das pessoas, isto é, mantendo uma coerência.

### **O modo DIY – o consumo em brechós como forma de se inserir em um grupo (tribo) partilhando a mesma identidade**

Eis que o modo “faça você mesmo” (DIY, do inglês, *do it yourself*) ganha força e permanece como um estilo que carrega memória e cultura visual ao longo dos últimos 40 anos.

A moda como maneira de expressar uma cultura pode ser percebida sob formas complexas e sob muitas dimensões. Para os mais jovens, ela simboliza diferentes realidades que são trabalhadas por autores como uma resistência

As subculturas juvenis são realidades complexas e multidimensionais e requerem uma análise que leve em consideração as diferenças entre elas e dentro delas. Uma primeira dimensão das subculturas é atravessada pela noção de resistência. (Guerra; Quintela, 2018 citados por GUERRA; FIGUEREDO, 2019, p. 76-77)

Nesse sentido, a dimensão da resistência, como resistência simbólica, passa a ser transversal a todas as dimensões das subculturas juvenis, expressando-se, em particular, na apropriação que as subculturas fazem do estilo e do sentido que lhe é atribuído. Um elemento muito visível é o uso da própria roupa e do olhar como forma de transmitir uma ideologia. Além disso, os rituais de consumo são um componente importante das subculturas na medida em que se apropriam e invertem os significados culturais por meio do consumo de moda, música e outros bens de lazer, patenteando que “por meio dos rituais de consumo [...] a subcultura revela, por sua vez, seu ‘segredo’ de identidade e comunica seus significados proibidos. (Williams, 2007, p. 576 citado por GUERRA; FIGUEREDO, 2019, p. 76-77).

Trazendo esse pensamento para os tempos atuais, nota-se que há o surgimento de um comportamento mais crítico e consciente em relação ao consumo de moda. É perceptível *designers* de moda considerarem estilos antigos, de outras épocas, em suas coleções nas passarelas a cada nova temporada. Essa prática parece atrair os consumidores mais antenados em moda e, para os menos interessados em tendências, parece passar despercebido.

Segundo Cohen (1972), o estilo subdivide-se em quatro componentes: vestimenta, música, rituais comportamentais e linguagem, não sendo uma qualidade inerente às subculturas, mas sim uma dimensão que vai sendo construída ao longo de sua existência. “O estilo é feito pela atividade de estilização - a organização ativa de objetos com atividades e perspectivas, que produzem um grupo organizado de identidade de uma forma coerente e distinta de ‘estar no mundo’” (CLARKE *et al.*, 1976, p. 54). Um dos componentes mais discutidos da dimensão do estilo tem sido a roupa, uma vez que é uma das formas mais visíveis que membros de subculturas usam para se provar. O estilo das subculturas também se expressa, com frequência recorrente em nossos dias, nas modificações feitas no próprio corpo, como é o caso das tatuagens e piercings, e nas mudanças introduzidas no meio urbano, como no *graffiti* ligado à subcultura hip-hop. (GUERRA; FIGUEREDO, 2019, p. 76-77)

É possível que ao longo dos anos houve uma desmistificação do consumo em brechós e em outros locais nos quais se pode adquirir produtos que foram usados por outros consumidores e fizeram parte de um *modus* de vida no período anterior.

É imprescindível que haja um processo de estilização – uma organização consciente dos objetos, um reposicionamento e recontextualização, que os retire de seu contexto original e, assim, possibilite novas leituras e resistências. (GUERRA, 2018)

Consumidores vão em busca de peças que são ou não diferenciadas em brechós, em eventos como feiras de itens de segunda mão e antiguidades, e até mesmo em brechós mais elaborados e conceituais que trabalham com a venda de peças estilizadas e que representam estilos de vida e modos de vestir de momentos passados, o que representa uma cultura e uma memória.

A autora McRobbie (2005) sugere que a “roupa de segunda mão” ou “estilo vintage” “deve ser vista a partir de um contexto mais amplo da cultura pós-guerra”. Há ainda referência que essa modalidade reflete “a existência de uma infraestrutura empresarial dentro dessas culturas juvenis cujas oportunidades de estilo de segunda mão ofereceu aos jovens, na recessão, para participar da moda” (MCROBBIE, 2005, p. 130).

Assim, o consumo em brechós extrapola a noção do DIY e se transveste de memória e identidade. Gondar (2016) define identidade como “uma imagem de si, para si e para os outros” (GONDAR, 2016, p. 32), e ainda que é a representação da imagem que a pessoa adquire ao longo de sua vida, referente a si mesma, e constrói de forma que ela possa apresentá-la aos demais, o que tem muito a ver com a questão de se utilizar da moda para comunicar algo, que abordamos anteriormente. Já Tedesco (2014), em *Nas cercanias da memória*, diz que a identidade “se faz pouco a pouco, com base na experiência vivida, rememorada, retida, anteriormente” (TEDESCO, 2014, p.104) e reflete que esse fato é a chave para a integração social do indivíduo.

Assim, é por causa desse fator identitário que se acredita que pessoas que consomem produtos oriundos de brechós, antiquários ou qualquer um desses estabelecimentos comerciais ou não, que trabalham com peças originais do passado, valorizam esses objetos e peças, pois eles representam uma cultura, uma identidade de contracultura que pode marcar sua posição na sociedade como um grupo de resistência à cultura *mainstream* (do inglês, “comum, corriqueiro, da moda”).

A escolha do que vestir está cada vez mais marcante na sociedade e ocorre a partir de elementos culturais presentes na memória, como referência de um grupo específico ou forma de expressão.

Assim, a compra, o uso ou o reuso remetem ao conceito de vestígio. Em sua obra *O casaco de Marx: roupa, memória e dor*, Peter Stallybrass (2016) traça um panorama relativo à conexão memorial que as pessoas possuem com a roupa. Com alguns relatos, Stallybrass (2016) mostra, por exemplo, a sua própria reação quando herdou um casaco de um amigo querido recém-falecido, Allon, ao descrever “se eu vestia a jaqueta, Allon me vestia”, ainda nessa reflexão, o autor se refere aos vincos na peça que, segundo com ele, “no jargão técnico da costura, tem o nome de memória” (STALLYBRASS, 2016, p. 13).

Além dessa, em diversas outras histórias apresentadas no livro, são mostradas situações em que aquela peça de roupa remetia a uma lembrança do passado, tornava vivo um tempo ou uma pessoa que já não estava mais presente. Nesse sentido, é possível

associar e entender o apego ou o carinho que algumas pessoas têm às peças originais de uma época passada, ou, ainda mais, a outras peças que pertenceram a pessoas conhecidas ou celebridades.

Esse processo de recuperação do vestígio é relatado por Walter Moser (1996) em seu texto *Le recyclage culturel*, no qual afirma que tal o mesmo difere da reciclagem, que seria a modificação total da matéria. Seria um procedimento de reutilização caracterizado, no caso, pela recuperação de estragos ou pequenos danos como falta de botões, etc., os quais são reparados para fins de reutilização das peças. Nos dias atuais, esse processo, no ramo da moda, é chamado de *upcycling*.

Um exemplo dessa relação está nos registros dos anos 2008 e 2009, quando o astro do pop Michael Jackson faleceu. Houve grandes leilões em que peças e apetrechos icônicas de seu vestuário foram vendidas por valores milionários e muito disputadas entre seus admiradores. Isto demonstra como uma simples roupa de um artista considerado por muitos como da contracultura ou mesmo “out” torna-se de grande valor e significado por causa de quem a possuiu previamente, associando, dessa forma, a coisa à pessoa.

Considerando o apreço que alguns possuem por relíquias do passado pode-se entender que uma peça selecionada para estar em um brechó representa, hoje, elementos que fizeram a moda do passado e representam a memória e a identidade de determinada pessoa ou grupo que está em sintonia com uma ideia.

Para apreciadores de moda e consumidores conscientes, uma roupa original dos anos 1990, por exemplo, tem muito mais valor do que uma releitura ou customização nos anos 2020. Os vestígios “auxiliam na compreensão da modernidade” (BERND, 2013, p. 52), ou seja, se refletirmos sobre a realidade atual da moda que retoma referências do passado para o lançamento de coleções do presente, torna-se fácil perceber essas indicações e, então, é possível entender o porquê dos brechós serem um mercado cativo: por causa da originalidade, da memória, da conjuntura específica que a cerca e das especificidades da mercadoria.

### **Bendita Traça – memória, DIY e vestígios**

A pesquisa de mestrado realizada no Rio Grande do Sul permitiu o conhecimento de uma realidade sobre a importância dos brechós, especificamente do Bendita Traça.

O brechó trabalha sob a premissa de conscientizar sobre o consumo por meio do resgate não só de peças de segunda mão, bem como pela reutilização de materiais de refugo para a confecção de novas peças que são colocadas em coleções vendidas em cada estação do ano. A proprietária, Gabriela Soster, com o intuito de não só contribuir socialmente com o meio ambiente, traz o conceito de responsabilidade social por meio da confecção ou da recuperação de peças que surgem como modelos únicos para seus clientes. No fazer do dia a dia da organização, foi possível observar o uso da customização e DIY na manipulação das peças, pois, a partir de um processo de curadoria, ou seja, do tratamento de uma peça garimpada para revenda no brechó, a própria dona do negócio aplica essas atividades.

O processo de “cura” de uma peça, como a empresária mesmo se refere, consiste na revisão da roupa em busca de avarias e ajustes necessários para que ela possa retornar para o estágio de venda. Nesse fazer, ao longo dos anos, Gabriela conta que recolheu uma quanti-

dade significativa de botões e retalhos das peças a fim de melhorar sua aparência para um novo consumo. Todas essas sobras eram armazenadas pela modista que, em um determinado momento, teve a ideia de reutilizar o material excedente da confecção em outras peças, totalmente novas. Foi então que, durante os anos de 2020 e 2021, a empresa focou também na produção de peças autorais criadas e modeladas pela própria empresária, confeccionadas a partir de materiais de refugo têxtil.

É nesse sentido que entendemos que o Bendita Traça se caracteriza tanto como vestígio de memória quanto como tendência DIY.

O elemento empreendedor, crucial para a compreensão das feiras livres e lojas de segunda mão, tem estado ausente da maioria das análises das subculturas. A vitalidade das feiras livres hoje se deve muito à cultura hippie, à contracultura do fim dos anos 1960. Foi isso que colocou os mercados de pulgas firmemente de volta no mapa. Muitos daqueles que permaneceram adormecidos por anos em Londres, Amsterdã ou Berlim, de repente, receberam um novo sopro de vida. (MCROBBIE, 2005, p. 138).

## Considerações finais

Este artigo teve como objetivo problematizar a construção de uma identidade a partir da moda DIY e sua relação com o consumo em brechós. Preliminarmente, acreditava-se que essa relação possibilitava: (a) mistura de estilos; (b) cultura de “resistência” à tendência comum, ao *mainstream*; (c) busca de um estilo próprio; e (d) desejo de se inserir em um grupo (tribo) partilhando a mesma identidade.

Utilizou-se como percurso metodológico uma revisão bibliográfica sobre a temática, assim como também se debruçou sobre parte da dissertação de mestrado defendida no Programa de Pós-Graduação em Memória Social e Bens Culturais da Universidade La Salle, com o título *A utilização de vestígios memoriais como estratégia para agregar valor à moda produzida nos brechós: o caso do Bendita Traça*, de uma das autoras deste texto.

Refletindo acerca das proposições de Lipovetsky (2009), Gondar (2016), Bernd (2012), Stallybrass (2016), entre outros autores, foi possível relacionar a temática da moda de brechó e a maneira como o público consumidor se identifica com ela. É curiosa a forma como aqueles que trabalham com moda vendida em brechós estão atentos às escolhas de peças que são verdadeiros vestígios memoriais, isto é, genuínas de um passado e que são recolocadas no presente. E aqueles que adquirem essas peças estão mais atentos ainda, pois elas representam uma das bases do DIY no que tange a busca de elementos diferenciados para montar um estilo próprio, que marque uma comunicação visual fora do comum.

O estudo fez pensar acerca dos vestígios memoriais utilizados na moda como forma de compor um estilo revolucionário marcado pelo uso do *DIY*. O trabalho oriundo dos brechós revela-nos uma possibilidade de conexão do passado com o presente por meio dos vestígios e, dessa forma, foi possível refletir sobre a relação do público consumidor com esse tipo de estabelecimento, de forma a constituir uma comunicação visual diferenciada.

Corroborando com Guerra (2021), o caso brasileiro vai ao encontro da inevitabilidade do empreendedorismo cultural que implica a introdução de novas formas de trabalhar para suprir uma falta crônica de fundos públicos e oportunidades de emprego. Portanto, é possível visualizar o surgimento em massa de empreendedores e pequenos negócios. Ao escolher um estilo de vida baseado na ideologia e na prática DIY, os indivíduos podem articular de forma mais incisiva o seu sentido de distância da realidade institucional e cultural mediante políticas de uma existência urbana neoliberal.

## Referências

BARNARD, Malcom. **Moda e comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BERND, Zilá (org.). Em busca dos rastros perdidos da memória ancestral: um estudo de um defeito de cor, de Ana Maria Gonçalves. **Revista de Estudos de Literatura Brasileira Contemporânea**, n. 40, 2012. p. 29-42. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/estudos/issue/view/889>. Acesso em: jun. 2020.

BERND, Zilá. **Por uma estética dos vestígios memoriais**: releitura da literatura contemporânea das Américas a partir dos rastros. Belo Horizonte: Fino Traço, 2013.

CLARKE, John. Style. In.: CLARKE, John Clarke; HALL, Stuart; JEFFERSON, Tony; ROBERTS, Brian (eds.). **Resistance through rituals**. Londres: Routledge, 1976.

COHE N., Stanley. **Folk devils and moral panics**: the creation of the mods and rockers. Cambridge: Basil Blackwell, 1972.

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social**: classe, gênero e identidade das roupas. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2006.

FREHSE, Fraya. As realidades que as “tribos urbanas” criam. **Revista Brasileira de Ciências Sociais** [on-line]. 2006, v. 21, n. 60, p. 171-174. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0102-69092006000100012>. Acesso em: 30 jul. 2021. Epub 17 abr. 2007. ISSN 1806-9053.

GONDAR, Jô. Cinco proposições sobre memória social. **Morpheus: revista de estudos interdisciplinares em memória social**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 15, p. 19- 40, 2016. Disponível em: <http://www.seer.unirio.br/morpheus/issue/view/203>. Acesso em: 24 de outubro de 2019.

GUERRA, Paula. Just can't go to sleep': DIY cultures and alternative economies from the perspective of social theory Portuguese. **Journal of Social Science**. V. 16, n. 3, p.283-303, doi:10.1386/pjss.16.3.283\_1. Instituto de Sociologia, Universidade do Porto (ISFLUP). Disponível em: <https://web.p.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=b5d02f7c-b728-4e09-b5aa-3aea32a7eb5e%40redis>. Acesso em: 25 de fevereiro de 2022.

GUERRA, Paula; FIGUEREDO, Henrique Grimaldi. Today your style, tomorrow the world: punk, fashion and visual imaginary. **ModaPalavra**, Florianópolis, v. 12, n. 23, p. 112-147, jan./mar. 2019. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/329080953>. Acesso em: 25 jun. 2021.

GUERRA, Paula. So close yet so far: DIY cultures in Portugal and Brazil. **Cultural Trends**. V. 30, 2021. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/loi/ccut20>. Acesso em: 17 fev. 2022.

GUERRA, Paula. Raw power: punk, DIY and underground cultures as spaces of resistance in Contemporary Portugal. **Cultural Sociology**, 2018. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1749975518770353>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2022.

GUERRA, Paula; QUINTELA, Pedro. O resto ainda é Hebdige. In.: HEBDIGE, Dick. **Subcultura. O significado do estilo**. Lisboa: Maldoror, 2018. p. 10-71.

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. São Paulo: Editora Revistas dos Tribunais, 1990.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

MARTINS, Raquel Denise Salvalaio da Silva. **A moda dos brechós, feiras e bazares no contexto da indústria criativa**. 2018. Dissertação de mestrado apresentada como requisito parcial à aprovação no Mestrado em Indústria Criativa, Universidade Feevale, Novo Hamburgo, 2018.

McROBBIE, Angela. **Second-hand dresses and the role of the ragmarket**. New York. Taylor & Francis e-Library, 2005, p. 130-149. In: McRobide, Angela. Postmodernism and popular culture. Disponível em: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.468.308&rep=rep1&type=pdf> Acesso em: 20 fev. 2022

MOSER, Walter. Recyclages. Économies de l'appropriation Culturelle. In.: DIONNE, Claude; MARINIELLO, Silvestra. (orgs.) **Le recyclage culturel**. Montréal: Éditions Balzac, 1996. OS BRECHÓS cariocas se sofisticaram e o Anexo Vintage, na Gávea, é exemplo disso. **O GLOBO**, Rio de Janeiro, p. 1, 18 ago. 2006. PARA economizar na indumentária, brechós. **O GLOBO**, Rio de Janeiro, 2011, p. 1, 16 ago. 2011.

STALLYBRASS, Peter; TADEU, Tomaz. (orgs.) **O casaco de Marx: roupa, memória e dor**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2016.

TEDESCO, João Carlos. **Nas cercanias da memória: temporalidade, experiência e narração**. Passo Fundo: Ed. Universidade de Passo Fundo, 2014.

WILLIAMS, Jean Patrick. Youth-Subcultural studies: Sociological traditions and core concepts. **Sociology Compass**. V. 1, n. 2, p. 572-593, 2007.



## **Tecnologias assistivas relacionadas à moda para pessoas com deficiência visual: uma revisão sistemática**

*Fashion-related assistive technologies for visually  
impaired people: a systematic review*



Rodrigo Diego de Oliveira<sup>1</sup>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0957-891X>

Maria Lucia Leite Ribeiro Okimoto<sup>2</sup>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1968-1964>

**[resumo]** A moda inclusiva vem ganhando destaque no Brasil desde a criação do Concurso de Moda Inclusiva em 2009, que expôs o potencial de mercado na indústria da moda envolvendo as pessoas com deficiência. Trata-se de um modelo de negócios com grande potencial, considerando que 23,9% da população brasileira apresenta algum tipo de deficiência, sendo 18,8% com algum tipo de deficiência visual de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Assim, o presente estudo tem como objetivo identificar o estado da arte das tecnologias assistivas para pessoas com deficiência visual no âmbito da moda. Como método, os pesquisadores adaptaram a Revisão Bibliográfica Sistemática Roadmap, identificando 19 artigos relevantes para análise e interpretação. Como resultado da RBS, foram mapeadas 30 soluções de tecnologias assistivas com foco no vestuário e nas PcD visual (etiquetas têxteis em Braille, códigos de cores, aplicativos inteligentes entre outras). Além disso, o estudo traz um aprofundamento sobre as barreiras, preferências e as relações dos deficientes visuais com o vestuário no cotidiano, demonstrando que muitas soluções propostas para este público não proporcionam um design universal e/ou inclusivo.

**[palavras-chave]** **Moda inclusiva. Design inclusivo. Deficiência visual. Tecnologia Assistiva.**

**[abstract]** Inclusive fashion has been gaining prominence in Brazil since the creation of the Inclusive Fashion Contest in 2009, which exposed the market potential in the fashion industry involving people with disabilities. This is a business model with great potential, considering that 23.9% of the Brazilian population has some type of disability, with 18.8% having some type of visual impairment, according to the Brazilian Institute of Geography and Statistics. Thus, the present study aims to identify the state of the art of assistive technologies for people with visual impairments in the field of fashion. As a method, the researchers adapted the Systematic Bibliographic Review Roadmap, identifying 19 relevant articles for analysis and interpretation. As a result of RBS, 30 assistive technology solutions were mapped with a focus on clothing and visual PwD (textile labels in Braille, color codes, smart applications, among others). In addition, the study provides an in-depth look at the barriers, preferences and relationships of the visually impaired with clothing in everyday life, demonstrating that many solutions proposed for this audience do not provide a universal and/or inclusive design.

**[keywords]** Inclusive fashion. Inclusive design. Visual impairment. Assistive Technology.

Recebido em: 08-02-2022

Aprovado em: 07-03-2022

<sup>1</sup> Mestre em Design de Sistemas de Informação – PPGDesign/UFPR. Universidade Federal do Paraná. E-mail: [rodrigodiego@ufpr.br](mailto:rodrigodiego@ufpr.br). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9930236087132470>.

<sup>2</sup> Doutora em Engenharia de Produção. Universidade Federal de Santa Catarina e RWTH-Aachen, Alemanha. E-mail: [lucia.demec@ufpr.br](mailto:lucia.demec@ufpr.br). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9930236087132470>.

## Introdução

A moda inclusiva vem ganhando destaque no Brasil desde a criação do Concurso de Moda Inclusiva em 2009, que expôs o potencial de mercado na indústria da moda envolvendo as pessoas com deficiência ou “PcD” (AULER; LOPES, 2012). Apesar dos evidentes avanços neste segmento, como as coleções inspiradoras da Tommy Hilfiger, Equal, Riachuelo entre outras, constata-se que ainda não há uma oferta de mercado expressiva na moda para as pessoas com deficiência, sendo poucas as empresas que desenvolvem estes produtos (AULER; LOPES, 2012). Dessa forma, a moda inclusiva é um modelo de negócios com grande potencial, considerando que 23,9% da população brasileira apresenta algum tipo de deficiência, sendo 18,8% com algum tipo de deficiência visual (IBGE, 2010).

Na esfera da moda inclusiva, a dinâmica de uso das roupas para pessoas com deficiência tem como princípio as tecnologias assistivas digitais e analógicas (fechaduras de fácil manuseio, velcro e botões magnéticos, etiquetas e estampas em Braille, entre outros) (AULER, 2014; BROGIN; OKIMOTO, 2019; GUPTA, 2011). Além disso, o vestuário está associado à autoestima, autocuidado e satisfação de necessidades emocionais dos consumidores (MONTE-MEZZO; SANTOS, 2005), motivo pelo qual desenvolver TA neste segmento possibilita estabelecer novas relações entre as PcD e o vestuário, gerando diferentes tipos de interações e/ou experiências que resultam na abertura de mercados que até então não eram considerados.

O ambiente altamente conectado vivenciado a partir da tecnologia móvel e da integração de diferentes dispositivos e produtos, baseado na necessidade do ser humano de socializar e acessar informações em qualquer lugar ou tempo (NASSAR; HORN, 2014), nos faz sonhar com novas tecnologias voltadas para inclusão em todos os segmentos, inclusive na moda. Diante deste cenário, dentre as pessoas com deficiência, o presente artigo considera as pessoas com cegueira ou baixa visão (estado da arte). Para estas, este estudo busca identificar soluções tecnológicas que possam ser aplicadas na moda, junto às quais se considera que há uma demanda relevante associada ao vestuário, bem como no desenvolvimento de TA que proporcionem novas interações para este público. Esta demanda é essencial para inclusão das PcD visual na moda assim como o celular se faz necessário no dia a dia.

## Fundamentação teórica

A fundamentação teórica deste artigo foi dividida em duas seções, sendo uma para discutir as relações da deficiência visual com o vestuário e outra para abordar as relações entre a moda inclusiva, o design inclusivo e as tecnologias assistivas.

### *Deficiência visual e o vestuário*

A deficiência visual é determinada pela acuidade visual e pelo campo de visão, que são escalas oftalmológicas capazes de classificar um indivíduo como cego ou com baixa visão (SÁ; CAMPOS; SILVA, 2007).

Neste contexto, a baixa visão é diagnosticada pela alteração da capacidade funcional da visão diante de fatores isolados ou associados como baixa acuidade visual, redução do campo visual, sensibilidade aos contrastes e alterações corticais (SÁ; CAMPOS; SILVA, 2007).

Além disso, há patologias que não são necessariamente deficiências visuais como o estrabismo, astigmatismo, miopia, entre outras (GIL, 2000).

A cegueira, por sua vez, “é a perda total da visão até a ausência de projeção de luz” (BRUNO; MOTA, 2001). Segundo Gil (2000), a perda da visão também pode ser tipificada como congênita (desde o nascimento) ou adquirida (o sentido é perdido posteriormente, mantendo memórias visuais).

Nesta perspectiva, pessoas com deficiência visual costumam sofrer com estereótipos que limitam sua atuação na sociedade (BORGES et al., 2020). Mesmo após adultas, muitas vezes são vistas de forma preconceituosa como crianças dependentes de suas mães e pais. Sendo a visão o principal sentido na integração do indivíduo com o mundo exterior, a ausência desta capacidade cria barreiras ambientais, atitudinais, arquitetônicas entre outras, presentes também no varejo e no uso do vestuário (BORGES et al., 2020).

Além disso, as PcD visual que não possuem uma memória visual acabam se tornando mais dependentes para tomar decisões, o que dificulta a compreensão acerca das peças de vestuário, estilo e moda e reforça os estereótipos (BORGES et al., 2020; ZEBEHAZY; LAWSON, 2017). Assim, a memória visual funciona como a imagem de um sonho, mesmo de olhos fechados, o ser humano é capaz de apontar características do que projeta na mente como a cor, formas, situações etc. Apesar das PcD visual desenvolverem melhor os demais sentidos (audição e tato) como forma de compensação, boa parte dos cegos congênitos necessitam do auxílio de terceiros para se expressar visualmente, o que impacta negativamente na sua autoestima (BORGES et al., 2020).

Na moda, saber a peça de vestuário que estamos consumindo cria uma relação deste produto com o indivíduo, pois a imagem passada transmite uma mensagem (CENTENO, 2010). Como um adolescente que usa a camiseta da sua banda de rock favorita para expressar o seu gosto musical e/ou o estilo visual e de vida do grupo ao qual pertence. Portanto, no vestuário, a comunicação das características pessoais, sociais e culturais se torna uma forma de expressão e autoafirmação relevante para as PcD visual, assim como é para as pessoas que enxergam (BORGES et al. 2020).

Além disso, o gênero também define a importância das expressões visuais no vestuário para PcD visual. Segundo Borges et al. (2020), as mulheres com deficiência visual se expressam mais, descrevem as cores, texturas, tecidos, acabamentos e combinações, enquanto os homens não se importam muito com o vestuário, limitando-se à questão das cores que lhes agradam ou desagradam. A vaidade do indivíduo com deficiência visual também é manifestada na escolha do vestuário, que passa a ser compreendido como uma forma de expressão (BORGES et al., 2020; TWIGG, 2015). Dessa forma, o deficiente visual tem consciência do que veste, ele constrói no seu imaginário a definição das cores e combinações que por ele são compreendidas como feias ou bonitas, mesmo que nunca as tenha visto (BORGES et al., 2020). Por exemplo, não é preciso viajar até ao Taj Mahal (Índia) para imaginar a sua beleza e esplendor.

### *Moda Inclusiva, Design Inclusivo e Tecnologias Assistivas*

Segundo Souza, Xavier e Albuquerque (2017), os profissionais do design de moda contemporâneos buscam não apenas resolver um problema específico ou trabalhar a estética e o estilo do vestuário, mas também promover a sustentabilidade e a inclusão. Para os autores, a

moda inclusiva emerge como uma nova forma de pensar, capaz de trabalhar conceitos acerca do ser humano e não mais o de uma classe social, estilo ou determinado segmento de mercado. Em concordância, a Secretaria dos Direitos da Pessoa com Deficiência (SÃO PAULO, 2012) afirma que a moda inclusiva visa incluir padrões de corpos não contemplados pela indústria atual.

No Design, os princípios do Design Inclusivo (DI) convergem com o proposto pela moda inclusiva. O DI consiste no desenvolvimento de produtos, serviços ou ambientes que possam ser utilizados por pessoas com diferentes capacidades, contribuindo para que se evite a discriminação (SIMÕES; BISPO, 2006). O termo Design Inclusivo surgiu no Reino Unido, mas também é conhecido como Design for All (Europa) ou Desenho Universal (Estados Unidos) e, independentemente das diferenças práticas em razão do contexto local, possuem o mesmo significado (CLARKSON; COLEMAN, 2015).

Dessa forma, de acordo com Waller et al. (2015), as decisões de design na concepção de ambientes, produtos e serviços impactam diretamente na inclusão ou exclusão de um determinado público. Por isso, conhecer a diversidade e as características dos usuários se torna essencial para o design. Alcançar este intento tem na complexidade do processo de coleta e armazenamento de dados um de seus desafios centrais. Portanto, com a emergência de novas tecnologias digitais, observa-se um novo espectro de possibilidades para aprofundar a compreensão acerca da utilização de produtos e serviços por parte do usuário. Esta nova dinâmica pode ser direcionada para promover uma maior inclusão das pessoas com deficiência em todos os segmentos e/ou áreas, inclusive na moda.

Contudo, “a proposta de inclusão para o deficiente visual, por meio do vestuário, é diferente do deficiente físico, que necessita de modelagens que se adaptem a suas características específicas.” (BONONI; DOMICIANO; MENEZES, 2016, p. 222). De acordo com Bononi, Domiciano e Menezes (2016), as principais barreiras para PcD visual no momento de se vestir são as combinações de modelos, peças e cores. Para eliminar estes obstáculos de uso do vestuário ou acesso, são utilizadas tecnologias assistivas digitais e/ou analógicas como: fechaduras de fácil manuseio, velcro, botões magnéticos, etiquetas em Braille, estampas em relevo entre outros (AULER, 2014; BROGIN; OKIMOTO, 2019; GUPTA, 2011).

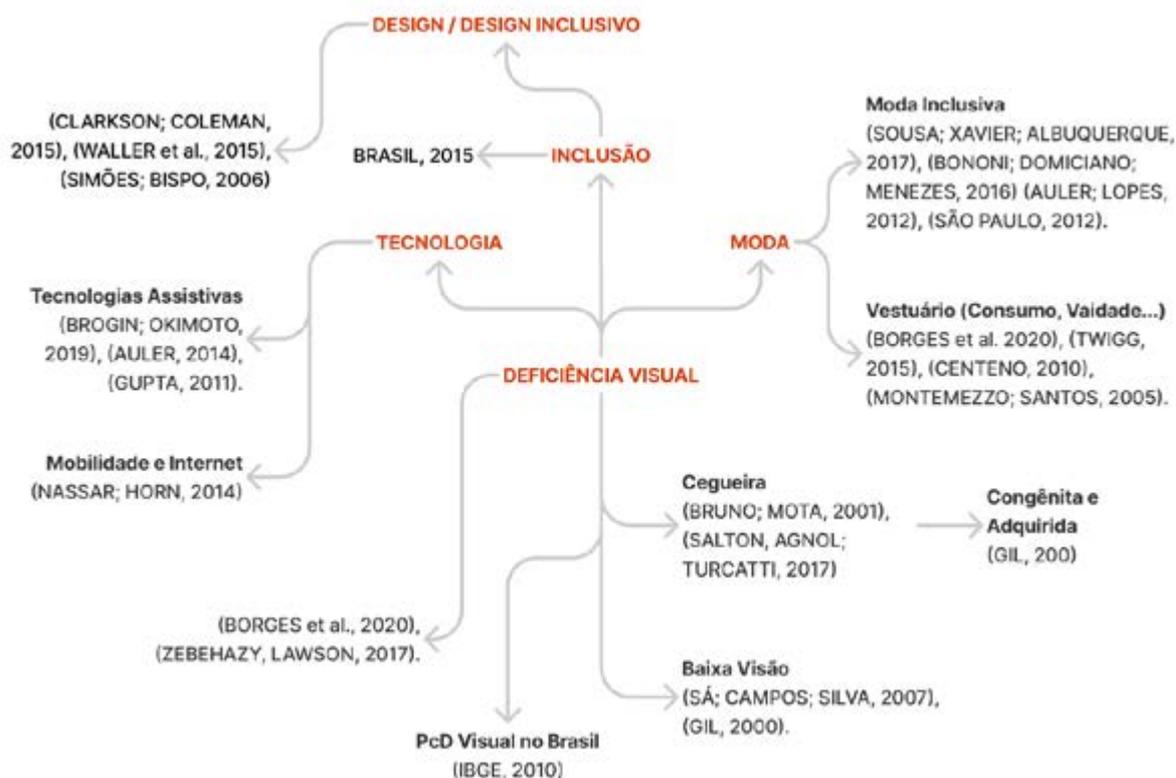
Segundo a Lei Brasileira de Inclusão nº 13.146 de 2015, Tecnologias Assistivas ou (TA) são:

[...] produtos, equipamentos, dispositivos, recursos, metodologias, estratégias, práticas e serviços que objetivem promover a funcionalidade, relacionada à atividade e à participação da pessoa com deficiência ou com mobilidade reduzida, visando à sua autonomia, independência, qualidade de vida e inclusão social (BRASIL, 2015, não p.).

Diante do exposto, o presente artigo busca identificar o estado da arte das tecnologias assistivas a partir da seguinte questão: Qual o estado da arte das tecnologias assistivas no vestuário para pessoas com deficiência visual? A resposta para esta questão será utilizada para evidenciar lacunas de estudo ou oportunidades que possibilitem aprofundar o conhecimento acerca da experiência dos usuários com deficiência visual e o vestuário ou desenvolver novas tecnologias assistivas.

Por fim, será apresentado um mapa mental com os principais autores utilizados na argumentação da introdução e da fundamentação teórica do artigo, servindo como uma rosa dos ventos para os que buscam aprofundar o conhecimento nesta temática (FIGURA 1).

FIGURA 1 – MAPA MENTAL DOS CONSTRUTOS DE INTRODUÇÃO E FUNDAMENTAÇÃO.



FONTE: Os autores (2021).

## Desenvolvimento (Método)

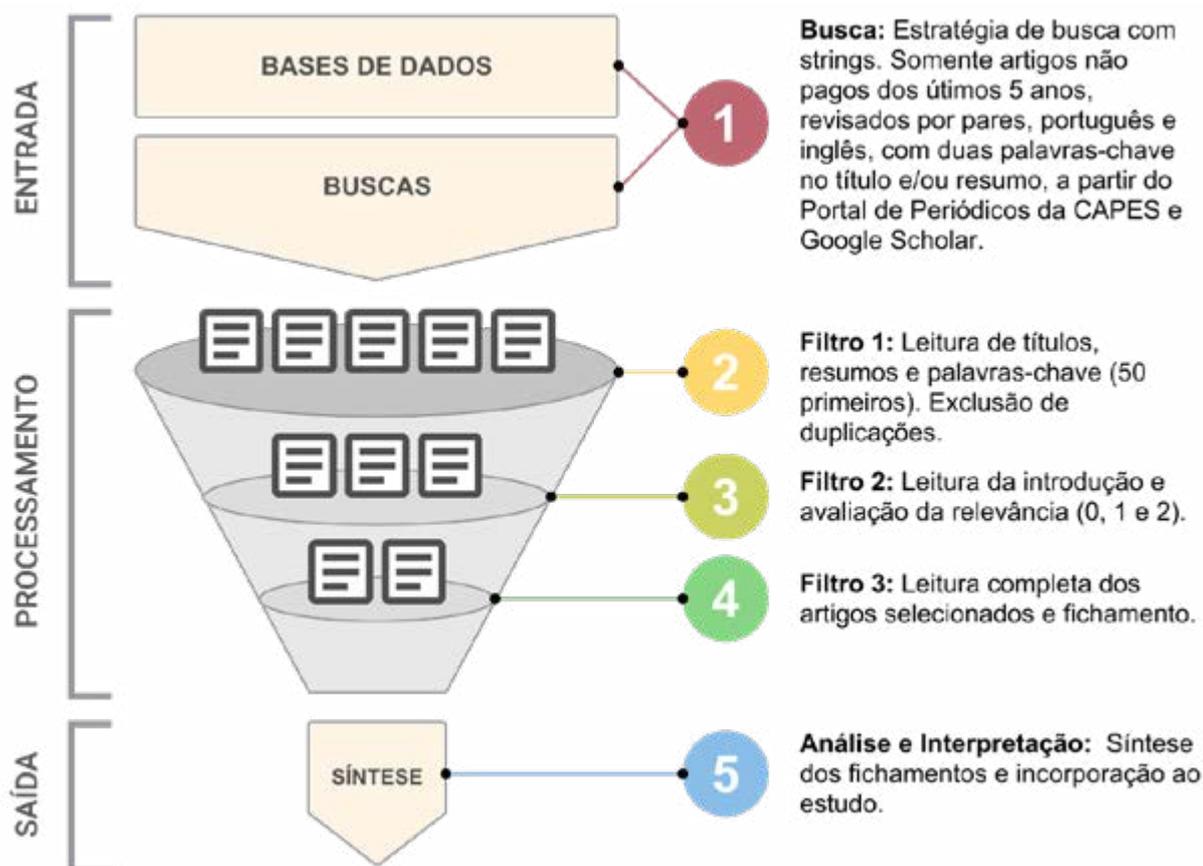
Segundo Santos (2018, p. 15), “um método científico refere-se ao corpo de protocolos, ferramentas e critérios organizados de forma lógica no processo de desenvolvimento do conhecimento, seja para expandir os limites do conhecimento atual, seja para aperfeiçoar conhecimentos existentes”. Uma das etapas fundamentais para a seleção de um método de pesquisa é a caracterização da pesquisa (SANTOS, 2018). Assim, diante dos desafios contemporâneos permeados pelo design inclusivo e a moda inclusiva para PcD visual, o presente estudo pode ser caracterizado como exploratório e de natureza básica, realizado a partir da análise de dados qualitativos e quantitativos (PRODANOV; FREITAS, 2013; SANTOS, 2018).

A unidade de análise, que consiste no “que” ou “quem” está sendo estudado (BAB-BIE, 2007), corresponde às tecnologias assistivas para as pessoas com deficiência visual no âmbito da moda. Não fazem parte do estudo a análise sobre o estilo, custo, estética e outros aspectos da moda, sendo delimitadas exclusivamente as tecnologias assistivas analógicas e digitais para pessoas com deficiência visual (velcro e botões magnéticos, estampas em Braille, entre outros) (AULER, 2014; BROGIN; OKIMOTO, 2019; GUPTA, 2011).

Como método de condução deste estudo adotou-se a Revisão Bibliográfica Sistemática (RBS) proposta por Conforto, Amaral e Da Silva (2011), intitulada de RBS Roadmap. Dessa forma, a Revisão Bibliográfica Sistemática consiste em um tipo de investigação de maior rigor que busca identificar, reunir e analisar de forma crítica estudos acerca de uma

temática específica, sendo recomendada para pesquisas exploratórias que almejam criar uma base sólida para desenvolver teorias ou identificar oportunidades para novas pesquisas (GIL, 2007). A RBS Roadmap foi adaptada em 5 etapas conforme FIGURA 2.

Figura 2 – ADAPTAÇÃO EM CINCO PASSOS DA RBS ROADMAP.



FONTE: Adaptado de Conforto, Amaral e Da Silva (2011).

As 5 etapas foram organizadas em entrada, processamento e saída. A entrada teve como objetivo levantar informações sobre tecnologias assistivas no âmbito da moda inclusiva para pessoas com deficiência visual. A etapa de processamento teve enfoque qualitativo, baseado na interpretação dos estudos selecionados de maneira descritiva (SAMPIERI; COLLADO; LUCIO, 2013). Portanto, este caráter qualitativo proporciona uma visão ampla e mais subjetiva, alicerçada em padrões recorrentes identificados após a categorização e a análise dos dados (PREECE; ROGERS; SHARP, 2013). Por fim, a etapa de saída resultou na síntese da análise dos dados coletados para determinar o estado da arte.

Para delimitação do estudo, foram definidas *strings* de busca em português e inglês a partir de palavras e sinônimos extraídos da questão norteadora da pesquisa (FIGURA 3). Foram considerados apenas artigos dos últimos cinco anos (2016 a 2021), revisados por pares, nos idiomas português e inglês. A pesquisa foi realizada a partir do Portal de Periódicos da CAPES (acervo de mais de 45 mil títulos e 130 bases referenciais) e do Google Scholar (principal base de índices do Google e que abrange uma série de artigos e documentos científicos) (PORTAL, 2021; PUCPR, 2021).

FIGURA 3 – *STRINGS* DE BUSCA UTILIZADAS NA RBS.

Idioma	Expressões com <i>strings</i> e operadores lógicos
Português	(roupa OR vestimenta OR vestuário OR "moda inclusiva" OR "moda funcional" OR "moda plural") AND ("deficiência visual" OR cego OR cegueira OR "pessoa cega")
Inglês	(clothing OR clothing OR clothing OR "inclusive fashion" OR "functional fashion" OR "plural fashion") + ("visual impairment" OR blind OR blindness OR "blind person")

FONTE: Os autores (2021).

Os artigos encontrados foram tabulados em planilha eletrônica e selecionados a partir da leitura dos títulos, resumos, palavras-chave e avaliação da relevância para o tema pesquisado, sendo pontuados com “zero” os artigos considerados irrelevantes, com “1” os que abordaram o tema parcialmente e com pontuação “2” os trabalhos mais relevantes. Somente os artigos relevantes foram considerados, sendo estes analisados a partir da técnica de fichamento bibliográfico no formato de resenha crítica acerca das soluções e ideias apresentadas pelos autores (FRANCELIN, 2016). A interpretação final foi realizada a partir de discussões entre os pesquisadores sobre os fichamentos realizados.

## Resultados

Para as buscas, que resultaram em mais de 100 estudos, foi considerada uma amostra equivalente aos primeiros 50 artigos, seguindo a ordenação de relevância sugerida pela base de dados. No Google Scholar não houve a possibilidade de aplicar o critério revisado por pares (não existia esta opção).

Após os pesquisadores aplicarem a estratégia de busca no Portal de Periódicos da CAPES, obteve-se 6.531 artigos como resultado, sendo 95 a partir da *string* em português e 6.436 através da *string* em inglês. No resultado de ambas as *strings*, os pesquisadores aplicaram o filtro 1 (leitura de títulos, resumos e palavras-chave), considerando uma amostra que correspondeu aos primeiros 50 artigos exibidos pela base de dados na ordem de relevância. Assim, foram selecionados 9 artigos a partir do Portal de Periódicos da CAPES para aplicação do filtro 2 (leitura da introdução e avaliação da relevância).

No Google Scholar, a *string* em português resultou em 15.100 documentos e a *string* em inglês 30.000, totalizando 45.100 estudos. Em ambas, aplicou-se o filtro 1 a partir de uma amostra que correspondeu aos primeiros 50 artigos. Foram selecionados 20 artigos para aplicação do filtro 2.

Apesar do grande número de estudos encontrados, poucos apresentaram duas ou mais palavras-chave e se mostraram relevantes para a temática pretendida. No total, foram selecionados 29 artigos a partir das bases de dados Google Scholar e Portal de Periódicos da CAPES para aplicação do filtro 2. Destes, 19 artigos foram avaliados pelos pesquisadores como relevantes (pontuação 2) para discutir o estado da arte das tecnologias assistivas para PcD visual no âmbito da moda (FIGURA 4).

FIGURA 4 – QUADRO DE ARTIGOS SELECIONADOS NA RBS ROADMAP.

N°	Título	Ano	Autor(es)
1	Estampa tátil: etiquetas de identificação das estampas e cores de peças de vestuário para deficientes visuais	2021	Turcatto e Silveira.
2	Wearable Urban Mobility Assistive Device for Visually Impaired Pedestrians Using a Smartphone and a Tactile-Foot Interface	2021	Tachiquin et al.
3	Desenvolvimento de vestuário para crianças com deficiência visual: uma abordagem inclusiva	2020	Krone, Oliveira e Rizzi.
4	Eu não vejo, mas sou vista - um estudo sobre o consumo (citado na fundamentação).	2020	Borges, Brasil, Oliveira e Silva.
5	Assistive Technologies for Individuals with visual impairment: contribution of design in the field of clothing	2019	Zor e Vuruşkan
6	Design para inclusão: proposta de produto de moda inclusiva para deficientes visuais	2019	Varnier et al.
7	Protótipo de um Aplicativo Mobile para Reconhecimento de Vestimenta para Pessoas Cegas	2019	Da Silva, Bertolini, Parreira e Silveira.
8	Sensorial Merchandising: um experimento no varejo de moda para inclusão de consumidores cegos	2019	Almeida, Lucian e Abreu.
9	Development of an Automatic Combination System of Clothing Parts for Blind People: MyEyes	2018	Rocha et al.
10	Meias: uma proposta de inclusão no vestuário para deficientes visuais	2018	Pescador e Silva
11	O uso do vestuário infantil como elemento de estímulo para o desenvolvimento tátil de crianças com deficiência visual: o papel dos pais e educadores.	2018	Bononi e Domiciano.
12	Uma proposta para auxiliar pessoas com deficiência visual e daltonismo a identificar cores e suas possíveis combinações	2018	Tirioni e Machado.
13	A relação da deficiência visual e a moda	2017	Mendes e Ferreira
14	Etiquetas têxteis em braille: uma tecnologia assistiva a serviço da interação dos deficientes visuais com a moda e o vestuário	2017	Schneider et al.
15	O Ensaio sobre a Cegueira: um estudo sobre as tramas da moda e dos sentidos	2017	Mariano.
16	Textile Robot for Matching and Pick Up Clothes Based on Color Recognition	2017	Prasanna, Priyadarshini e Pugazhendhi.
17	A criança com deficiência visual: a contribuição do vestuário e do Design de Superfície na percepção tátil infantil (citado na fundamentação).	2016	Bononi, Domiciano e Menezes.
18	Olhar maduro: consultoria de imagem para deficientes visuais na terceira idade	2016	Souza e Viveiros.
19	Remote Assistance for Blind Users in Daily Life: A Survey about Be My Eyes	2016	Avila et al.

FONTE: Os autores (2021).

Os 19 artigos selecionados foram fichados, analisados, interpretados e discutidos pelos pesquisadores. Uma síntese é demonstrada nos dois tópicos abaixo:

#### *Aspectos inclusivos da moda para pessoas com deficiência visual*

Para Turcatto e Silveira (2011), a moda envolve elementos estéticos e simbólicos que influenciam grupos sociais. Ela é caracterizada pela valorização da autoimagem dos consumidores. De maneira similar, Mariano (2017) diz que:

Em meio a este bombardeio visual em que vive a sociedade contemporânea [...], o corpo passa a ser um veículo de linguagem, de comunicação visual, por meio de uma interação da roupa com as diferentes formas de expressão de nosso corpo somado ao signo que ela representa (MARIANO, 2017, p. 32).

Posto isto, é possível afirmar que o vestuário no exercício da moda emite uma mensagem que adquire a condição de texto na integração com o mundo e com as individualidades dos usuários e, o uso de tecnologias assistivas para a inclusão das PcD se torna um diferencial competitivo neste mercado (TURCATTO, SILVEIRA, 2011). Ao considerar as crianças com deficiência visual, o vestuário é importante para o desenvolvimento, produção de sensações e para diversão (BONONI; DOMICIANO; MENEZES, 2016). A interação da criança com a roupa através do toque e demais sentidos exige muito treino até que as características da superfície sejam identificadas e distinguidas (formas, contornos e relevos). A diversão ocorre naturalmente pela descoberta dos significados e pela interação social com as crianças sem deficiência e que utilizam o mesmo tipo de roupa.

Neste sentido, Krone, Oliveira e Rizzi (2020) entrevistaram três crianças com deficiência visual acompanhadas de suas mães. Nos resultados, duas crianças afirmaram utilizar o tato para compreender visualmente as roupas, enquanto uma disse ouvir a descrição realizada pela mãe. Na rotina diária, todas as crianças afirmaram escolher suas roupas sendo duas com o auxílio da mãe. Uma das crianças disse ter dificuldades para encontrar o lado favorável ou avesso da peça, mas que isso dependia da modelagem da roupa. Por fim, as três crianças consideram importante obter mais informações sobre o vestuário, principalmente detalhes das estampas. As mães, por sua vez, confirmaram que seus filhos se vestem sozinhos e que na maioria das vezes escolhem as roupas, contudo, elas normalmente ajudam a detalhar verbalmente o visual das peças. Uma das mães relatou que as etiquetas em Braille comumente apontadas como solução não auxiliam, pois sua filha desconhece a linguagem.

Ainda sobre a temática do vestuário infantil, Bononi e Domiciano (2018) aplicaram um questionário junto à Associação dos Deficientes Visuais de Ribeirão Preto e Região (Adervirp), obtendo respostas de 9 famílias. Os resultados apontaram que oito das nove respostas (pai e/ou mãe) acreditam que o vestuário pode auxiliar na experiência tátil dos filhos de forma educativa, mas que eles não priorizam os elementos em relevo como zíperes, dobras e botões no momento da compra do vestuário. Além disso, seis afirmaram ter dificuldades em encontrar roupas acessíveis para seus filhos. Apenas dois pais responderam que seu filho(a) se veste sozinho(a), três precisam de auxílio e quatro de vez em quando. Para os pais das crianças com deficiência visual, os fatores que influenciam a compra do vestuário são o conforto, elementos estéticos, preço, presença de elementos táteis, praticidade de uso e/ou conservação e qualidade (marca/tecido), nesta ordem.

Por outro lado, segundo Zor e Vuruşkan (2019), apesar de existirem inúmeras tecnologias assistivas voltadas para melhorar a mobilidade, comunicação, acesso à informação e a vida diária das PcD visual, ainda há uma lacuna de tecnologias voltadas para o vestuário. É preciso considerar que as barreiras enfrentadas pelas PcD visual ocorrem durante a compra de roupas, uso doméstico, escolha e até mesmo ao lavar (PESCADOR; SILVA, 2018). De acordo com Varnier et al. (2019), entre as principais queixas em relação ao vestuário por parte das PcD visual estão a modelagem das vestimentas, identificação do lado correto (frente, costas, favorável e avesso) e identificação das cores. No varejo de

roupas, as principais barreiras são a mobilidade e o acesso à informação dos produtos. Ademais, o vestuário está entre os produtos consumidos por deficientes visuais que geram mais dependência de terceiros no dia a dia (ALMEIDA; LUCIAN; ABREU, 2019).

Dessa forma, o design e a estética das roupas também são importantes para este público, pois a vida social das PcD visual também está ligada ao ato de se vestir de acordo com o ambiente para provocar uma boa impressão e comunicar bem em diferentes situações (ZOR; VURUŞKAN, 2019). No estudo de Souza e Viveiros (2016), evidenciou-se o resgate da autoestima de mulheres idosas e com deficiência visual através da moda, em que foram sugeridos vários *looks* de acordo com cada situação e/ou evento. Assim como as pessoas sem deficiência visual adotam um estilo de roupa, o cego também quer expressar o seu estilo e, boa parte das PcD visual tem interesse em utilizar tecnologias assistivas que proporcionem autonomia diante das barreiras diárias acerca do vestuário (VARNIER et al., 2020; ZOR; VURUŞKAN, 2019).

Neste sentido, Varnier et al. (2019) classificam a moda em sete estilos: esportivo, elegante, tradicional, romântico, sexy, criativo e dramático, sendo cada estilo relacionado um tipo de personalidade, vida, corpo, cor e formato de roupa. Portanto, para desenvolver um produto de moda considera-se a personalidade do público-alvo para que o estilo transmita a imagem pretendida. Para as PcD visual, a compreensão dos estilos estimula o autoconhecimento, motivando-as a participar ativamente do processo de criação ou escolha do vestuário (VARNIER et al., 2019). Além disso, a seleção de uma roupa por parte das PcD visual passa igualmente pela análise reflexiva de qualidade, preço, conforto e cor, sendo esta questão relevante para os designers e engenheiros, responsáveis por considerar as necessidades de todas as pessoas na concepção de produtos e serviços (MARIANO, 2017; ZOR; VURUŞKAN, 2019).

Contudo, as soluções tecnológicas de acessibilidade para as PcD visual podem causar desconfiança ou serem complexas de usar, criando novas barreiras que precisam ser consideradas para melhorar a experiência desses usuários no contexto da moda (AVILA et al., 2020; ZOR; VURUŞKAN, 2019). Além disso, a dificuldade de aprendizagem do Braille por parte dos deficientes visuais, principalmente as pessoas com cegueira adquirida, é outro fator a ser considerado para tornar a moda inclusiva e universal. Estima-se que somente 10% das pessoas com deficiência visual severa compreendem a linguagem Braille (SCHNEIDER et al., 2017).

Diante deste cenário, compreende-se que a moda inclusiva e as tecnologias assistivas estão diretamente relacionadas quando se trata da inclusão das pessoas com deficiência. A adição de fatores humanos na fase concepção das roupas é importante para compreender as necessidades dos usuários e projetar soluções mais inclusivas e viáveis. Neste contexto, entende-se que o designer possui um papel importante, sendo um profissional que pode atuar em diversas ou todas as etapas de construção de um produto ou serviço, incluindo tecnologias assistivas e/ou vestuário.

### *Tecnologias Assistivas no âmbito da moda para PcD visual*

Segundo Turcatto e Silveira (2021), as pessoas com deficiência visual compreendem os aspectos visuais do vestuário de forma sequencial. A interpretação das cores, formas e imagens ocorre pela soma de informações captadas pelos demais sentidos, por exemplo, ouvir a descrição em áudio ao tatear um mapa em alto-relevo coberto por sensores. Os autores

propõem, através do projeto Estampa tátil, o uso combinado de etiquetas táteis de tecido sintético e *tags* em Braille feitas de papelão, ambas com elementos de design de superfície que possibilitam ao usuário cego reconhecer o vestuário sequencialmente. Na proposta, os elementos de design são baseados no código de cores Feelipa Color Code, um sistema que utiliza formas geométricas para identificar as cores primárias, secundárias e terciárias. O projeto mostrou-se inovador na forma de descrever as cores em estampas complexas de vestuário, contudo exigiu a confecção de materiais extras para explicar o código Feelipa, desconhecido pelos participantes cegos.

As discussões acerca das interações entre as PcD visual e vestuário através de etiquetas têxteis em Braille foram aprofundadas por Schneider et al. (2017). Neste contexto, os pesquisadores constataram que não há autonomia para o deficiente visual em interações que envolvam a compra de novos itens, organização, manutenção e combinação de peças, sendo estas realizadas por terceiros, e que uma possível solução seriam as etiquetas em Braille. Ainda de acordo com Schneider et al. (2017), os dois modelos de etiquetas têxteis em Braille testadas (quadrada e retangular) mostraram-se ineficazes para repassar informações completas para o usuário com deficiência visual, evidenciando a necessidade de desenvolver soluções tecnológicas que proporcionem mais acessibilidade na área da moda e de vestuário. Entre os principais problemas encontrados estão a limitação de tamanho da etiqueta e o fato de que cerca de 10% das pessoas com deficiência visual severa entendem Braille.

Em uma pesquisa similar, Mendes e Ferreira (2017) estudaram as relações da PcD visual com a moda, abordando aspectos sobre a criação das peças, tendências, compras e principalmente sobre conservação especificada na etiqueta têxtil. A etiqueta têxtil consiste em uma anotação presa ao objeto com o propósito de identificá-lo facilmente, informando o consumidor sobre os materiais utilizados e seus respectivos cuidados (MENDES; FERREIRA, 2017). No Brasil, as etiquetas utilizam cinco símbolos básicos sobre os cuidados de materiais têxteis de acordo com resolução do CONMETRO, vigente desde 2008 (lavagem, alvejamento à base de cloro, secagem, passadoria de ferro e limpeza a seco). Na proposta dos pesquisadores, foram adicionadas descrições em Braille e simbologias complementares para identificação das cores. Contudo, as pessoas com deficiência visual tiveram dificuldades em compreender as informações em razão do excesso de informações dentro do espaço limitado das etiquetas. Por fim, os pesquisadores apontam que os projetos para inclusão das PcD visual vêm ganhando espaço, mas que na prática, não estão sendo adotadas pelo mercado e que os motivos podem estar relacionados ao custo e à falta de divulgação das tecnologias existentes.

Ademais, a combinação de cores também é um problema recorrente para as pessoas com deficiência visual, tornando-as dependentes de terceiros para realizar tarefas que exijam identificar cores como escolher uma fruta ou uma peça de roupa (TIRLONI; MACHADO, 2018). Diante deste problema, Tirloni e Machado (2018) apresentaram uma proposta para o desenvolvimento de um aplicativo de celular capaz de identificar cores e sugerir possíveis combinações. O estudo pretende beneficiar pessoas com cegueira, baixa visão e daltonismo e está em estágio inicial de desenvolvimento. Contudo, o projeto, ainda sem nome, pretende utilizar Inteligência Artificial como fator de diferenciação, inspirando-se nos aplicativos Seeing AI e Auire Prisma, ambos com sistemas inteligentes de identificação de cores.

Prasanna, Priyadharshini e Pugazhendhi (2017) elaboraram o protótipo de um robô capaz de auxiliar deficientes visuais na escolha do vestuário. A proposta utiliza uma aplicação para celular Android que capta a voz do usuário, converte a voz em texto e transmite comandos ao robô utilizando o sistema de rede sem fio Bluetooth. O robô tem como base uma placa Raspberry Pi e uma série de atuadores, sensores e controladores que possibilitam através dos comandos de voz e de uma câmera de alta definição detectar e combinar até 20 cores. A detecção da cor depende da luz do ambiente e nos casos em que a peça de roupa possui diversas cores, o sistema analisa e seleciona a cor predominante. A partir disso, o robô se move até o lugar desejado e capta a peça através de um braço mecânico. A tecnologia ainda precisa ser melhorada e os estudos não envolveram usuários, mas demonstraram o potencial avanço das tecnologias assistivas.

Ainda neste contexto, Zor e Vuruşkan (2019) fizeram um levantamento do estado da arte das tecnologias assistivas para pessoas com deficiência visual, classificando os resultados em tecnologias para comunicação e acesso a informações, mobilidade e vida diária. Na categoria vida diária, os autores apontam algumas soluções voltadas para o vestuário como BlindShopping, Trinetra, Shop Talk, Sistema de Reconhecimento de Roupas, LCW Sense, Give Vision, OrCam MyEye 2.0 e TapTapSee (FIGURA 5).

FIGURA 5 – TECNOLOGIAS ASSISTIVAS PARA VIDA DIÁRIA DO DEFICIENTE VISUAL

TA	Descrição
BlindShopping	Aplicativo de celular que processa dados RFID ( <i>Radio-Frequency IDentification</i> ) via rede sem fio Bluetooth, ou seja, os produtos são reconhecidos ao apontar o leitor de QRCode para uma etiqueta RFID que emite um áudio com a descrição do produto.
Trinetra	Semelhante ao BlindShopping, se diferenciando por utilizar um fone de ouvido e uma caneta que escaneia o código de barras para fornecer a descrição em áudio do produto.
Shop Talk	Sistema vestível desenvolvido para ajudar pessoas com deficiência visual durante a compra e circulação no supermercado. O Shop Talk é um computador portátil que utiliza teclado numérico, fones de ouvido, leitor de código de barras e até mesmo uma mochila para carregá-lo.
Reconhecimento Assistivo de Padrões de Roupas	Trata-se de um projeto composto por câmera, microfone, computador, fone de ouvido Bluetooth e que reconhece 4 padrões (xadrez, ilustradas, sem padrão e irregulares) e 11 cores.
LCW Sense	Aplicativo de celular gratuito que fornece informações em áudio sobre o produto como cor, padrão, tipo de tecido, instruções de lavagem, preço e cuidados apontados na etiqueta.
Give Vision	Aplicativo para celular desenvolvido por dois cegos semelhante ao LCW Sense, capaz de ler textos e reconhecer lugares e objetos usando reconhecimento de imagem e algoritmos.
OrCam MyEye 2.0	Óculos inteligente que capta qualquer informação do ambiente através de câmeras, em seguida lê ou identifica o objeto conforme orientações do usuário. Este dispositivo auxilia o deficiente visual no momento da compra através de descrições em tempo real, detecção de cores e um banco de dados de produtos e lojas.
TapTapSee	Aplicativo de câmera móvel disponível na plataforma iOS, onde o usuário grava um vídeo ou tira uma foto e obtém a descrição através do leitor de telas VoiceOver.

FONTE: ZOR e VURUŞKAN (2019).

Os pesquisadores Varnier et al. (2019) desenvolveram uma blusa feminina considerando a diversidade de usuários, incluindo as PcD visual. Como método, os pesquisadores adotaram uma abordagem centrada no usuário que identificou nas pessoas com deficiência visual uma demanda por identificar as cores e o lado correto de uso das peças. A tecnologia assistiva utilizada para tornar a vestimenta acessível às PcD visual foi uma etiqueta em Braille que descreve a cor e a estampa da blusa, bem como uma modelagem que possibilita o uso da peça de ambos os lados (favorável e avesso).

Ademais, o estudo de Bononi, Domiciano e Menezes (2016), citado na fundamentação teórica deste artigo (antes da execução da RBS), discute as relações entre o desenvolvimento das crianças com e sem deficiência visual através do design de superfície, ou seja, a criação de texturas e acessórios lúdicos que proporcionem uma experiência tátil relevante para as crianças durante as fases de desenvolvimento. No entanto, o estudo não apresentou soluções práticas, limitando-se a discussão acerca da importância da experiência tátil para o desenvolvimento da criança com deficiência visual. Em outro estudo, Bononi e Domiciano (2018) reforçaram os aspectos da experiência tátil através do vestuário como estímulo para educação, complementando as relações discutidas em 2016.

Ainda neste sentido, a importância da textura do tecido como experiência tátil também é apontada por Mariano (2017). O autor expõe uma reflexão acerca das tecnologias assistivas no vestuário, argumentando que o designer de moda precisa considerar não apenas os aspectos visuais, mas também o olfato e principalmente o sentido tátil para proporcionar uma experiência mais rica e completa às PcD visual. O estudo não trouxe exemplos práticos, limitando-se a uma reflexão acerca da cegueira e dos sentidos no âmbito da moda.

Para Da Silva et al. (2019), apesar do sentido tátil auxiliar as PcD visual na compreensão de detalhes do vestuário como cores, desenhos e estilo, comumente estas tarefas exigem o auxílio de uma pessoa sem deficiência visual por se tratar de um trabalho complexo. Diante deste cenário, os autores propõem o uso de um aplicativo de celular capaz de identificar as vestimentas, desenvolvido na plataforma Android com a biblioteca OpenCV (*Open Source Computer Vision*) e Inteligência Artificial. A solução permite cadastrar a imagem da vestimenta e gravar uma audiodescrição. Através da câmera do celular, a imagem cadastrada é comparada com a imagem capturada fornecendo então a audiodescrição. Contudo, o estudo não envolveu usuários e baseou-se apenas em testes com o leitor de telas Talkback e nas diretrizes de acessibilidade do W3C (*World Wide Web Consortium*). De acordo com Da Silva et al. (2019), o estudo demonstra que as tecnologias atuais podem empoderar as pessoas com deficiência visual não só no vestuário, como em diversas situações, sugerindo para o aplicativo proposto o aprimoramento da tecnologia de processamento de imagens.

Krone, Oliveira e Rizzi (2020), após entrevistar três crianças com deficiência visual acompanhadas de suas mães, identificaram as principais necessidades do vestuário infantil para as PcD visual. Com base nas entrevistas, os autores desenvolveram uma camiseta e uma calça com elástico inspiradas nas frases: “Só se vê bem com o coração. O essencial é invisível aos olhos”, escrita no livro “O pequeno príncipe” de Antoine de Saint-Exupéry. Na parte da frente das peças os pesquisadores utilizaram estampa a base d’água e Braille em alto-relevo e, na parte de trás, pedras autocolantes para descrever a cor (Braille). O teste realizado com apenas uma criança apontou que a parte da frente foi compreendida sem dificuldades (Braille com alto-relevo). Porém, o código Feelipa e as pedras autocolantes na parte de

trás não obtiveram êxito. Os autores apontaram como causa o distanciamento das letras em Braille, a diferença de tamanho em relação ao Braille da parte da frente e a mudança de posicionamento das etiquetas de identificação entre uma peça e outra.

Por outro lado, Avila et al. (2016) trazem os resultados de um questionário respondido por 30 usuários com deficiência visual sobre o uso do aplicativo Be My Eyes. A solução possuía até 2015 aproximadamente 300 mil usuários, sendo 25 mil deficientes visuais. A proposta do aplicativo é conectar pessoas cegas com voluntários sem deficiência visual através de áudio e vídeo, para que os voluntários auxiliem as PcD visual na leitura de textos, rótulos, escolha e combinação de vestuário entre outras. As respostas indicaram que a maioria dos usuários utilizaram o serviço de duas a cinco vezes em sessões curtas de 1 a 3 minutos antes de abandonar o serviço. Sendo assim, de acordo com Avila et al. (2016), o aplicativo foi considerado bastante útil pelos usuários, contudo há ressalvas quanto à velocidade de conexão, segurança e privacidade de dados. Nem todos os usuários se sentiram confortáveis em fornecer a sua localização ou utilizar o aplicativo em serviços bancários.

A pesquisa de Borges et al. (2020), citada previamente na fundamentação deste artigo, demonstrou como as PcD visual utilizam os demais sentidos no processo de compra do vestuário, em especial o tato. Os pesquisadores analisaram a influência do ambiente da loja, do acompanhante e do atendimento na decisão de compra. Para os autores, apesar do aumento do discurso de inclusão das PcD visual, há poucas ações efetivas das empresas. Por fim, sugerem como solução desenvolver recursos baseados em audiodescrição.

Por outro lado, Rocha et al. (2018), em parceria com a Portuguese Association of the Blind and Amblyopic of Portugal (ACAPO), desenvolveram uma plataforma Web de apoio na seleção e combinação de vestuário para deficientes visuais chamada My Eyes. O projeto teve como base o uso de uma etiqueta eletrônica Near Field Communication (NFC), o que lhe possibilitou identificar as roupas através do computador e um leitor de etiquetas desenvolvido em Arduíno. Ao aproximar o leitor da etiqueta presa à peça de roupa, a pessoa com deficiência visual recebe uma descrição em áudio a partir das informações cadastradas no banco de dados da plataforma. Contudo, o projeto ressalta que faz mais sentido utilizar a tecnologia NFC em um aplicativo para celular ao invés do computador e que recursos como inteligência artificial podem ser incorporados para aprimorar a solução. Para os autores, a plataforma Web ainda possui limitações que impedem os usuários com deficiência de navegar com autonomia. Para os usuários que auxiliaram nos testes, esta solução tem potencial para dar autonomia às PcD visual diante do vestuário.

Ainda a esse respeito, Almeida, Lucian e Abreu (2019) propõem o conceito de sensorial merchandising (SM) a partir do entendimento do ambiente de varejo, como um esforço para gerar uma experiência de compra para as PcD visual. A partir de um estudo de caso, os pesquisadores sugerem o uso de uma cartela de cores com aromas de frutas chamada de Color Sense, que tem como objetivo estimular a PcD visual a perceber a cor da coleção presente na loja através do olfato. O estudo envolveu três níveis de experiência para efeitos comparativos: Áudio Sense (estabelece conexão entre os sons e consumidor), Color Sense (percepção da cor através do olfato) e Vicense (o ambiente é projetado para que o consumidor possa tocar as peças). Como resultado, os pesquisadores apontaram que a Vicense junto com a Color Sense proporciona uma experiência melhor para as PcD visual. Isso ocorre,

na perspectiva dos autores, porque três experiências simultâneas geram um volume muito grande de informações para serem processadas pelo nosso cérebro, confundindo os usuários. O Áudio Sense, apesar de bastante útil, recebeu a menor avaliação dos participantes a respeito da satisfação entre as três propostas.

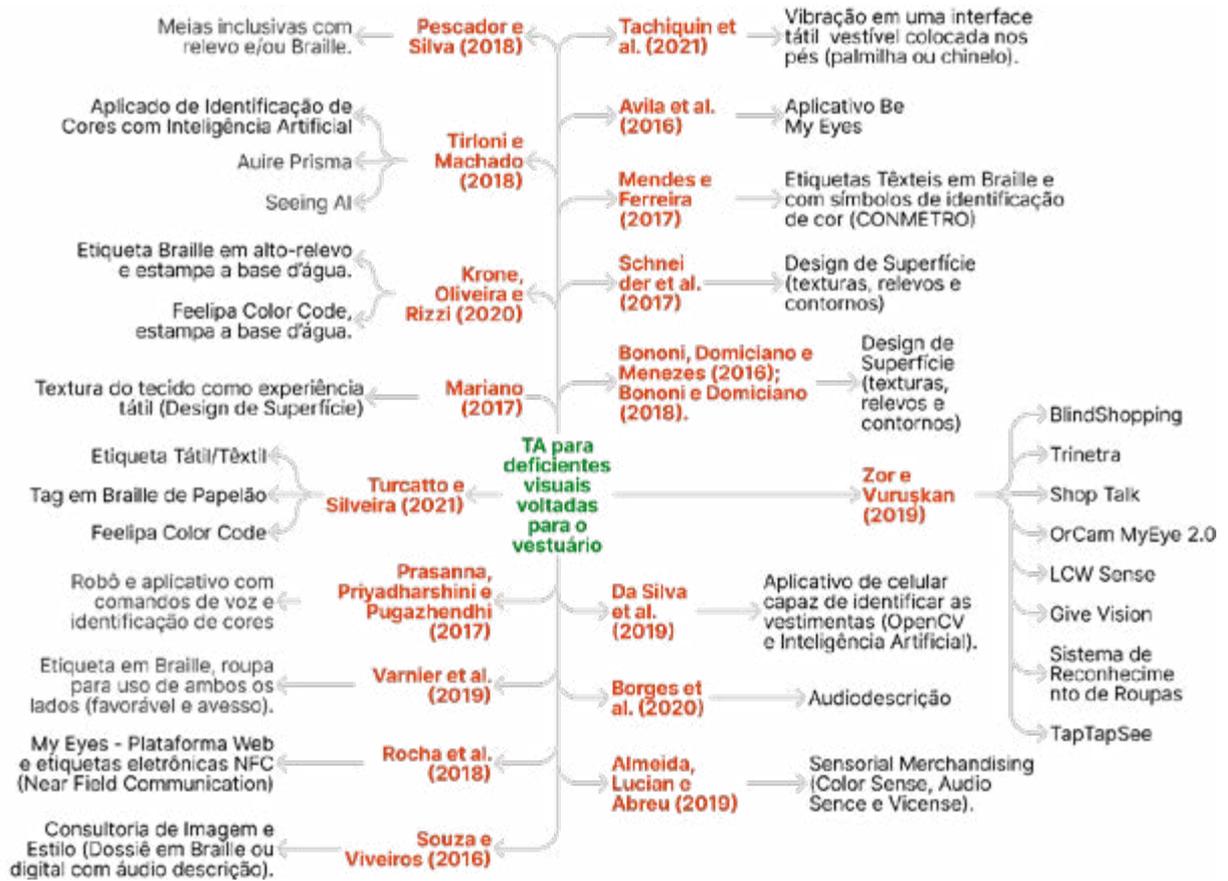
Por outro lado, Souza e Viveiros (2016) propõem uma nova abordagem na consultoria de imagem e estilo pessoal com foco nas mulheres idosas e com deficiência visual. O estudo acompanhou as necessidades de três participantes ao longo de seis etapas para fornecer uma orientação sobre aspectos da moda e estilo, contribuindo para o resgate da autoestima e identificação da própria imagem. Na etapa 1, foram realizadas entrevistas para identificar o estilo de vida e as preferências das participantes. A etapa 2 consistiu em uma análise corpórea, ou seja, do tipo físico. A etapa 3 fez-se uma análise do guarda-roupas das participantes. Na quarta etapa, fez-se a compra das peças faltantes de acordo com o observado pelos consultores (*Personal Shopper*). Na quinta etapa foram montados diversos “looks”. A última etapa consistiu na entrega de um dossiê digital e/ ou impresso em Braille com as melhores formas, modelos e acessórios para a silhueta da participante. Além disso, o dossiê forneceu orientações sobre o uso de cores, sobre como manter o estilo em eventos sociais e de trabalho. Ao final, o estudo foi transformado em um documentário sobre a consultoria de imagem para PcD visual.

No estudo de Tachiquin et al. (2021), os autores relataram o progresso de um dispositivo de TA vestível. A solução explorou recursos de geolocalização dos celulares para aumentar a mobilidade urbana das pessoas com deficiência visual. As instruções de navegação foram transmitidas ao usuário cego através de padrões de vibração em uma interface tátil colocada nos pés (palmilha ou chinelos). Através de um componente eletrônico preso ao tornozelo e que fez a comunicação com o celular, a interface tátil com quatro sensores posicionados nos pés (frente, esquerda, direita e atrás) indica a direção correta a partir da vibração. O experimento com dois usuários cegos mostrou que a abordagem conceitual foi útil, amigável e fácil de usar, auxiliando os participantes cegos a encontrar os destinos-alvo. O estudo não teve relação direta com a moda, mas indicou a possibilidade de criar tecnologias assistivas vestíveis ou *wearables*.

Por fim, após levantar as dificuldades de uma pessoa com deficiência visual acerca do vestuário, Pescador e Silva (2018) criaram uma meia inclusiva. Na proposta, os pesquisadores adicionaram duas bolinhas com cola quente na parte de trás das meias para que o usuário pudesse identificar se aquela estava do avesso. O teste com o usuário revelou que a simples mudança auxiliou na identificação do lado correto das meias. Em razão da simplicidade da solução, os autores sugerem que esta proposta seja adotada pelo mercado para promover a inclusão das PcD visual.

Após a análise de 19 artigos, chegou-se a um total de 30 soluções de TA relacionadas ao vestuário e/ou moda, servindo como referência inicial ou complementar para o definir do estado da arte das soluções com foco nas pessoas com deficiência visual no âmbito da moda (FIGURA 6).

FIGURA 6 – MAPA DE TECNOLOGIAS ASSISTIVAS UTILIZADAS NO VESTUÁRIO PARA DEFICIENTES VISUAIS NO PERÍODO DE 2016 A 2021 (ESTADO DA ARTE).



FONTE: Os autores (2021).

## Conclusões

Por fim, o mapeamento de 30 propostas de TA com foco nas pessoas com deficiência visual confirma o avanço da inclusão na moda, logo, a busca por soluções que promovam a inclusão deste público parte de profissionais, pesquisadores e estudantes de moda, TI, design entre outros. Contudo, apesar dos avanços identificados, ainda há um longo caminho até criarmos soluções que promovam a inclusão das PcD visual de forma efetiva na moda (AULER; LOPES, 2012). As propostas que buscam a inclusão através das etiquetas em Braille se mostraram insuficientes. O espaço das etiquetas limita a quantidade de informações, a não definição de uma posição padrão das etiquetas nas peças dificulta a localização e, o fato de apenas 10% das PcD visual compreenderem a linguagem Braille, faz com que esta tecnologia continue excluindo os consumidores com deficiência visual (KRONE; OLIVEIRA; RIZZI, 2019; PESCADOR, SILVA, 2018). Além disso, as etiquetas devem apresentar informações a respeito dos cuidados com o vestuário (normas definidas pelo CONMETRO), indo além da identificação da cor, marca, tamanho e tipo de tecido do vestuário (MENDES; FERREIRA, 2017).

As tecnologias assistivas que tentaram substituir o Braille por um código de identificação de cores em alto-relevo não apresentaram resultados satisfatórios. Boa parte dos usuários tiveram que passar por um treinamento para compreender os códigos e, mesmo assim, muitos apresentaram dificuldades nas peças que possuem estampas elaboradas e/ou complexas (MENDES; FERREIRA, 2017; SCHNEIDER et al., 2017; TURCATTO; SILVEIRA, 2021). Entretanto, a experiência tátil dos tecidos para compreensão do que é visual mostrou-se extremamente importante para as PcD visual, principalmente para o desenvolvimento das crianças, facilitando até mesmo as interações sociais (BONONI; DOMICIANO, 2018; MARIANO, 2017).

Por outro lado, as tecnologias assistivas baseadas em aplicativos para celular e etiquetas eletrônicas (RFID/NFC) surgem como soluções inovadoras e com grande potencial para inclusão das PcD visual (DA SILVA et al., 2019; KRONE; OLIVEIRA; RIZZI, 2019). Existem aplicativos para identificar cores, combinar peças de roupa, de consultoria de imagem por vídeo, robôs controlados por voz que vão ao encontro da peça de roupa desejada e até sensores que emitem vibrações nos pés para apontar a direção correta durante um trajeto (AVILA et al., 2017; PRIYADHARSHINI; PUGAZHENDHI, 2017; ROCHA et al., 2018; SOUZA; VIVEIROS, 2016; TIRLONI; MACHADO, 2018; ZOR; VURUŞKAN, 2019;). Boa parte das soluções nesta linha utilizam como base recursos como audiodescrição e/ou inteligência artificial (IA). Após uma análise aprofundada, verificou-se que existem inúmeras barreiras que precisam ser resolvidas neste tipo de proposta, como a privacidade de dados, custo de desenvolvimento, falta de diretrizes para tornar os aplicativos acessíveis ou sobre como descrever as peças de roupa, poucos testes com usuários, falta de informações acerca da durabilidade, posicionamento das etiquetas eletrônicas etc.

A diferenciação entre o público infantil, adolescente, adultos e idosos ou gênero masculino e feminino não foi abordada nas soluções tecnológicas. Os aplicativos não fazem nenhum tipo de personalização do serviço ou da descrição de acordo com o perfil do usuário. Contudo, homens e mulheres carecem de informações diferentes e, a compreensão do lúdico para as crianças é considerada de extrema relevância para o desenvolvimento (BORGES et al., 2020; KRONE; OLIVEIRA; RIZZI, 2019; TWIGG, 2015).

Percebe-se um distanciamento de áreas e profissionais que buscam resolver a questão da acessibilidade para as PcD visual na moda. Nenhum estudo uniu usuários, profissionais de moda, TI e de audiodescrição para consultá-los ou cocriar com eles. Percebe-se que nas propostas analógicas e digitais, poucos testes foram realizados com usuários, sendo que nenhum deles propôs um estudo amplo e com maior durabilidade, que contemplasse desde a instalação do aplicativo, lavagem da roupa até a escolha diária do vestuário por uma semana ou mês.

No consumo de roupas nas lojas, as PcD visual normalmente utilizam o auxílio de terceiros, gerando uma dependência. Ficou evidente a necessidade de adaptar as lojas para tornar os ambientes mais acessíveis e treinar os profissionais para proporcionar um melhor atendimento (BORGES et al., 2020). Como estratégia para lojas, constatou-se que o olfato também pode ser explorado para identificar cores ou coleções de roupas, possibilitando que o usuário com deficiência visual tenha uma experiência mais concreta através do cheiro do que simplesmente imaginar a cor, principalmente para pessoas com cegueira congênita (ALMEIDA; LUCIAN; ABREU, 2019).

Enfim, uma das questões mais negligenciadas nas soluções identificadas neste estudo diz respeito ao Design Universal (para todos). As etiquetas em Braille foram amplamente utilizadas como solução para a inclusão das PcD visual, contudo elas desconsideram o fato de que a maioria dos deficientes visuais desconhecem o Braille. Já soluções tecnológicas mapeadas não trazem funcionalidades que sejam úteis também para as pessoas sem deficiência, enfocando única e exclusivamente no usuário com deficiência visual, o que torna a solução exclusiva e não universal.

Este estudo demonstrou diversas opções com potencial de proporcionar às PcD visual uma experiência mais inclusiva no âmbito da moda, que as PcD visual têm necessidade de compreender o que vestem para melhorar a autoestima, expressar seu estilo e se vestir adequadamente conforme o ambiente de forma autônoma e independente. Diante dos resultados, é possível olhar para o futuro com otimismo na solução das principais barreiras de acessibilidade para as PcD visual não apenas na moda, como em todas as áreas e/ou situações.

O presente artigo teve como objetivo identificar o estado da arte das tecnologias assistivas para as PcD visual no âmbito da moda. Entende-se que este cumpriu o objetivo ao mapear 30 soluções acerca desta temática a partir de 19 artigos selecionados. Além disso, foram discutidos diversos aspectos sobre a relação das PcD visual como o vestuário, desde as principais barreiras enfrentadas na rotina diária como também a importância da moda/ vestuário para autoestima, expressão de uma identidade e socialização.

Os pesquisadores identificaram ao longo do estudo uma série de lacunas a respeito das 30 soluções mapeadas e que carecem de um maior aprofundamento. Desta forma, sugere-se para estudos futuros realizar pesquisas com usuários acerca da privacidade de dados, soluções que atendam não apenas pessoas com deficiência visual, mas também as sem deficiência, diretrizes para criação de aplicativos acessíveis com foco na moda, diretrizes para audiodescrição das peças, preferências de acordo com gênero e/ou público, normas para etiquetas, entre outros. Espera-se, a partir deste aprofundamento, poder propor diretrizes ou recomendações para o desenvolvimento de etiquetas e aplicativos que contemplem as PcD visual e as pessoas sem deficiência, conforme o proposto pelo Design Universal e/ou Inclusivo.

## Referências

ALMEIDA, I. B. M. e S; LUCIAN, R.; ABREU, N. R.. Sensorial merchandising: Um experimento no varejo de moda para inclusão de consumidores cegos. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 8, n. 1, p. 126-148, 2019.

AULER, D. Contemporâneo: a moda inclusiva. **dObra[s] – Revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, São Paulo, v. 7, n. 16, p. 8–12, 2014. Disponível em: <http://twixar.me/HDVm>. Acesso em: 15 ago. 2021.

AULER, D.; LOPES, J. (orgs.). **Moda inclusiva: perguntas e respostas para entender o tema**. São Paulo: SEDPcd, 2012. E-book. Disponível em: <http://twixar.me/hKVm>. Acesso em: 15 ago. 2021.

AVILA, Mauro et al. Remote assistance for blind users in daily life: A survey about be my eyes. In: **Proceedings of the 9th ACM International Conference on Pervasive Technologies Related to Assistive Environments**. 2016. p. 1-2.

BABBIE, Earl. **Métodos de Pesquisas de Survey**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1999, 519 p.

BONONI, Juliana; DOMICIANO, Cássia Letícia Carrara. O uso do vestuário infantil como elemento de estímulo para o desenvolvimento tátil de crianças com deficiência visual: o papel dos pais e educadores. **Revista de Ensino em Artes, Moda e Design**, v. 2, n. 2, p. 153-169, 2018.

BONONI, Juliana; DOMICIANO, Cassia Leticia Carrara; DOS SANTOS MENEZES, Marizilda. A criança com deficiência visual: a contribuição do vestuário e do Design de Superfície na percepção tátil infantil. **DAPesquisa**, v. 11, n. 16, p. 212-227, 2016.

BORGES, Maely Barreto et al. Eu não vejo, mas sou vista - um estudo sobre o consumo de roupas por pessoas com deficiência visual. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 19, n. 1, p. 197-215, 2020.

BRASIL. **Lei nº 13.146, de 06 de julho de 2015**. Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência). Brasília, 6 de julho de 2015.

BROGIN, B.; OKIMOTO, M. L. L. R. Functional Fashion and Co-creation for People with Disabilities. In: S. Bagnara et al. (Eds.): **IEA 2018**, AISC 824. Switzerland: Springer, 2019. p. 850–867.

BRUNO, M. M. G.; MOTA, M. G. B. **Programa de Capacitação de Recursos Humanos do Ensino Fundamental**: deficiência visual vol. 1 fascículos I - II - III. Instituto Benjamin Constant. Brasília: Ministério da Educação, Secretaria de Educação Especial, 2001, 196 p. (Série Atualidades Pedagógicas; 6).

CENTENO, G. C. **O Brasil na moda**: novas representações do consumo e promoção da brasilidade. Colóquio Nacional de Moda, 6, 12-15, 2010.

CLARKSON, P.J.; COLEMAN, R. History of Inclusive Design in the UK. **Applied Ergonomics**, v. 46, p. 235-247, 2015.

CONFORTO, E. C., AMARAL, D. C.; DA SILVA, S. L. Roteiro para Revisão Bibliográfica Sistemática: aplicação no desenvolvimento de produtos e gerenciamento de projetos. In: **8º Congresso Brasileiro de Gestão de Desenvolvimento de Produto**. CBGDP, Porto Alegre-RS, 2011.

DA SILVA, Juliana de Fátima et al. Protótipo de um Aplicativo Mobile para Reconhecimento de Vestimenta para Pessoas Cegas. **Revista Educação Especial**, v. 32, p. 36-1-18, 2019.

FRANCELIN, Marivalde Moacir. Fichamento como método de documentação e estudo. In: **Tópicos para o ensino de biblioteconomia**, v. 1, [S.l: s.n.], p. 190. 2016.

GIL, A. **Como elaborar projetos de pesquisa**. Atlas: São Paulo, 2007.

GIL, M. **Deficiência visual**. Brasília: MEC. Secretaria de Educação a Distância, 2000.

GUPTA, D. Functional Clothing – Definition and Classification. **Indian Journal of Fiber and Textile Research**, Índia, v.36, p.321-326, 2011.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Censo demográfico 2010**: características gerais da população, religião e pessoas com deficiência. IBGE, 2010. Disponível em: <<http://twixar.me/8TpT>>. Acesso em: 10 ago. 2021.

KRONE, Stela Matheus Ferreira; DE OLIVEIRA, Aline Hilsendeger Pereira; RIZZI, Suelen. Desenvolvimento de vestuário para crianças com deficiência visual: uma abordagem inclusiva. **Projetica**, v. 11, n. 1, p. 246-275, 2020.

MENDES, F. D.; FERREIRA, M. L. A relação da deficiência visual e a moda. **A Moda e suas Interfaces**: pesquisa, história, comunicação, gestão e tecnologia., p. 555-566, 2017.

MARIANO, Renata Gomes. O ensaio sobre a Cegueira: Um estudo sobre as tramas da moda e dos sentidos. **Achote.com - Revista Eletrônica de Moda**, v. 5, n. 2, 2017.

MONTEMEZZO, M. C. F. S.; SANTOS, J. E. G. O papel do vestuário na interação homem - ambiente. In: P&D DESIGN, 5, 2002. Brasília. **Anais...** Rio de Janeiro: AEND-BR, 2002.

NASSAR, V.; HORN, M. L. A. A Internet das Coisas com as Tecnologias RFID e NFC. In: 11º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 2014, Gramado. **Anais...** São Paulo: Blucher Design Proceedings, 2014. p. 3238-3250.

PESCADOR, L. D.; SILVA, L. A. **Meias**: uma proposta de inclusão no vestuário para deficientes visuais. Trabalho de Graduação (Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina, 2018.

PORTAL de Periódicos da CAPES. Missão e Objetivos. Disponível em: <<https://url.gratis/ECxr9y>>. Acesso em: 25 out. 2021.

PRASANNA, S.; PRIYADHARSHINI, N.; PUGAZHENDHI, M. Arul. Textile robot for matching and pick up clothes based on color recognition. **Asian Journal of Applied Science and Technology (AJAST)**, v. 1, n. 3, p. 62-65, 2017.

PREECE, J., ROGERS, Y., SHARP, H. **Design de interação**: além da interação humano computador. 3 ed. Bookman, Porto Alegre, 2013.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. [ebook].

PUCPR Grupo Marista. Tutorial Google Scholar. Disponível em: <https://www.pucpr.br/wp-content/uploads/2017/01/tutorial-google-scholar-1.pdf>. Acesso em: 26 out. 2021.

ROCHA, Daniel et al. Development of an automatic combination system of clothing parts for blind people: MyEyes. **Sensors & Transducers**, v. 219, n. 1, p. 26-33, 2018.

SÁ, E. D.; CAMPOS, I. M.; SILVA, M. B. C. **Atendimento Educacional Especializado**: Deficiência visual. Brasília: Cromos, 2007.

SALTON, Bruna Poletto; AGNOL, Anderson Dall; TURCATTI, Alissa. **Manual de acessibilidade em documentos digitais**. Bento Gonçalves, RS: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul, 2017.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, M. D. P. B. **Metodologia de pesquisa**. 5. ed. Porto Alegre: Penso, 2013.

SANTOS, A. **Seleção do método de pesquisa**: guia para pós-graduando em design e áreas afins / Aguinaldo dos Santos. Curitiba, PR: Insight, 2018.

SÃO PAULO. **Moda inclusiva**: perguntas e respostas para entender o tema. Daniela Auler, Juliana Lopes (orgs.); Gabriela Sanches (il.) - São Paulo: SEDPcD, 2012.

SCHNEIDER, Jessica et al. Etiquetas têxteis em braille: uma tecnologia assistiva a serviço da interação dos deficientes visuais com a moda e o vestuário. **Estudos em Design**, v. 25, n. 1, p. 65-85, 2017.

SIMÕES, J. F.; BISPO, R. **Design Inclusivo**: acessibilidade e usabilidade em produtos, serviços e ambientes. Manual de apoio às ações de formação do projeto de Design Inclusivo. 2. ed. Lisboa: Centro Português de Design, 2006. 70p.

SOUZA, Josenilde; VIVEIROS, Fernanda Barros Domingues. OLHAR MADURO: CONSULTORIA DE IMAGEM PARA DEFICIENTES VISUAIS NA TERCEIRA IDADE. **Revista Belas Artes**, v. 22, n. 3, 2016.

SOUSA, R. E.; XAVIER, L. A.; ALBUQUERQUE, S. S. **Moda inclusiva**: reconhecendo a necessidade da criança cadeirante. *ModaPalavra e-periódico*. Ano 10, n.19, jan-jun 2017.

TACHIQUIN, Ricardo et al. Wearable Urban Mobility Assistive Device for Visually Impaired Pedestrians Using a Smartphone and a Tactile-Foot Interface. **Sensors**, v. 21, n. 16, p. 5274, 2021.

TIRLONI, M.; MACHADO, C. C. Uma Proposta para auxiliar pessoas com deficiência visual e daltonismo a identificar cores e suas possíveis combinações. **Simpósio de Ciência, Inovação e Tecnologia**, p. 9, 2018.

TURCATTO, Andressa Santos; SILVEIRA, Icléia. Estampa tátil: etiquetas de identificação das estampas e cores de peças de vestuário para deficientes visuais. **Modapalavra e-periódico**, v. 14, n. 32, p. 179-203, 2021.

TWIGG, J. **Clothing, identity, embodiment and age**. In *Textile-Led Design for the Active Ageing Population*, p. 13-24, 2015.

VARNIER, Thiago et al. Design para inclusão: proposta de produto de moda inclusiva para deficientes visuais Design for inclusion: inclusive fashion product proposal for the visually impaired. **Revista Temática**, n. 9, 2019.

WALLER, S. et al. Making the case for inclusive design. **Applied Ergonomics**, v. 46, n. PB, p. 297-303, 1 jan. 2015.

ZEBEHAZY, K. T., LAWSON, H. **Blind and Low Vision**. Handbook of Special Education, 2017.

ZOR, Başak Süller; VURUŞKAN, Arzu. ASSISTIVE TECHNOLOGIES FOR INDIVIDUALS WITH VISUAL IMPAIRMENT: CONTRIBUTION OF DESIGN IN THE FIELD OF CLOTHING. **Mühendislik Bilimleri ve Tasarım Dergisi**, v. 7, n. 4, p. 913-925, 2019.

[galeria]





Série "Memorator" (2014)



Série "Memorator" (2014)



Série "Memorator" (2014)



Série "Memorator" (2014)



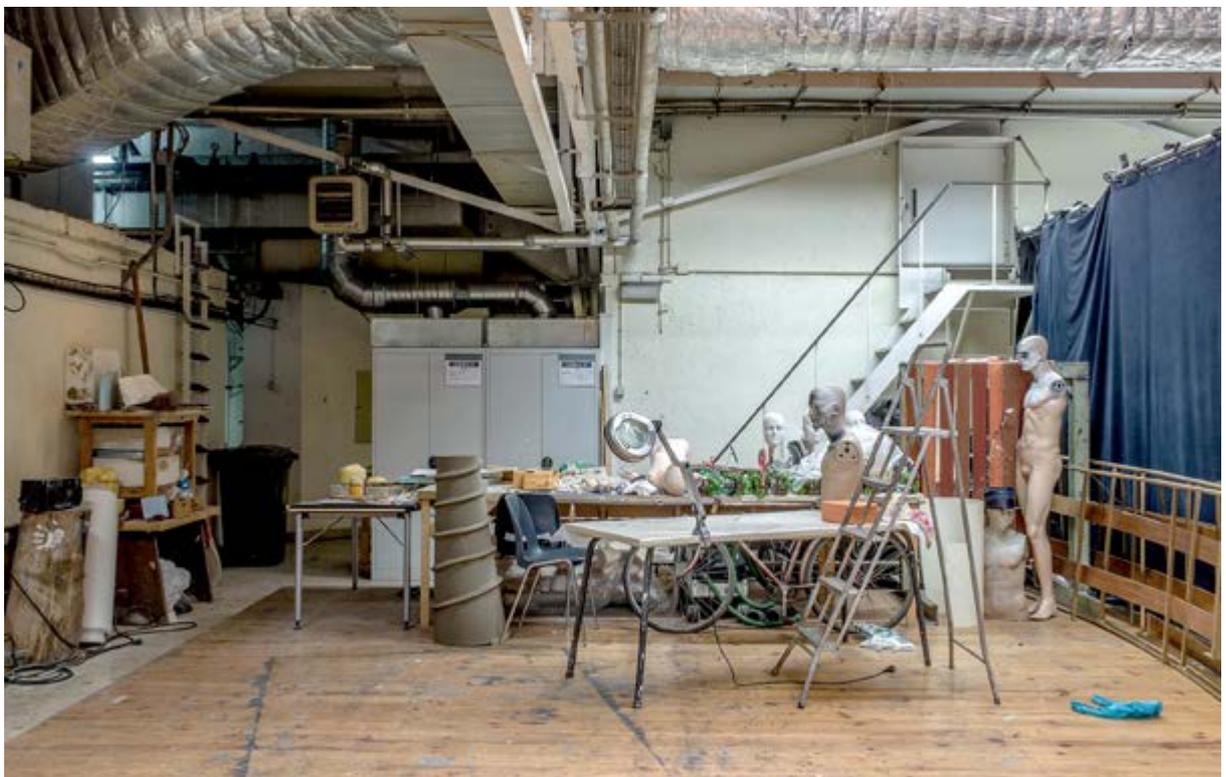
Série "Memorator" (2014)



Série "Memorator" (2014)



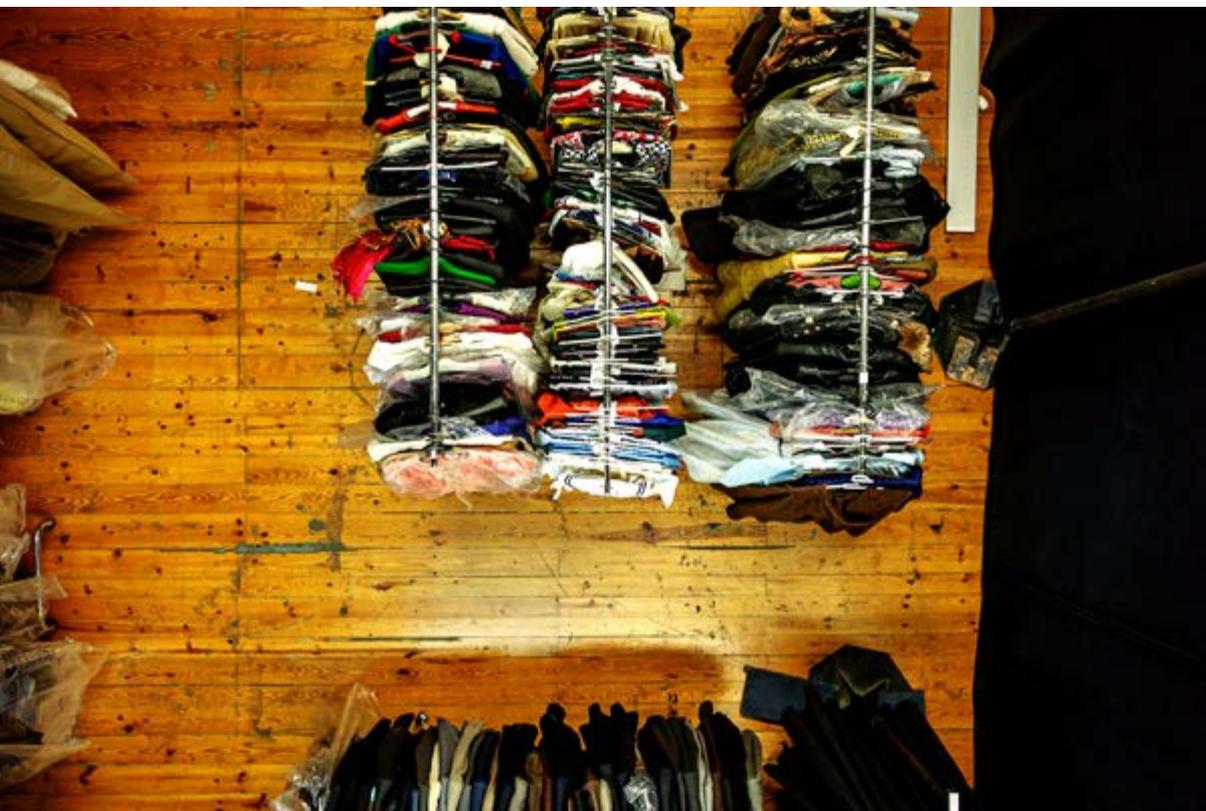
Série "Memorator" (2014)



Série "Memorator" (2014)



Série "Memorator" (2014)



Série "Memorator" (2014)



Série "Memorator" (2014)



Série "Memorator" (2014)



Série "O Mundo às Costas" (2001-2021)



Série "O Mundo às Costas" (2001-2021)



Série "O Mundo às Costas" (2001-2021)



Série "O Mundo às Costas" (2001-2021)



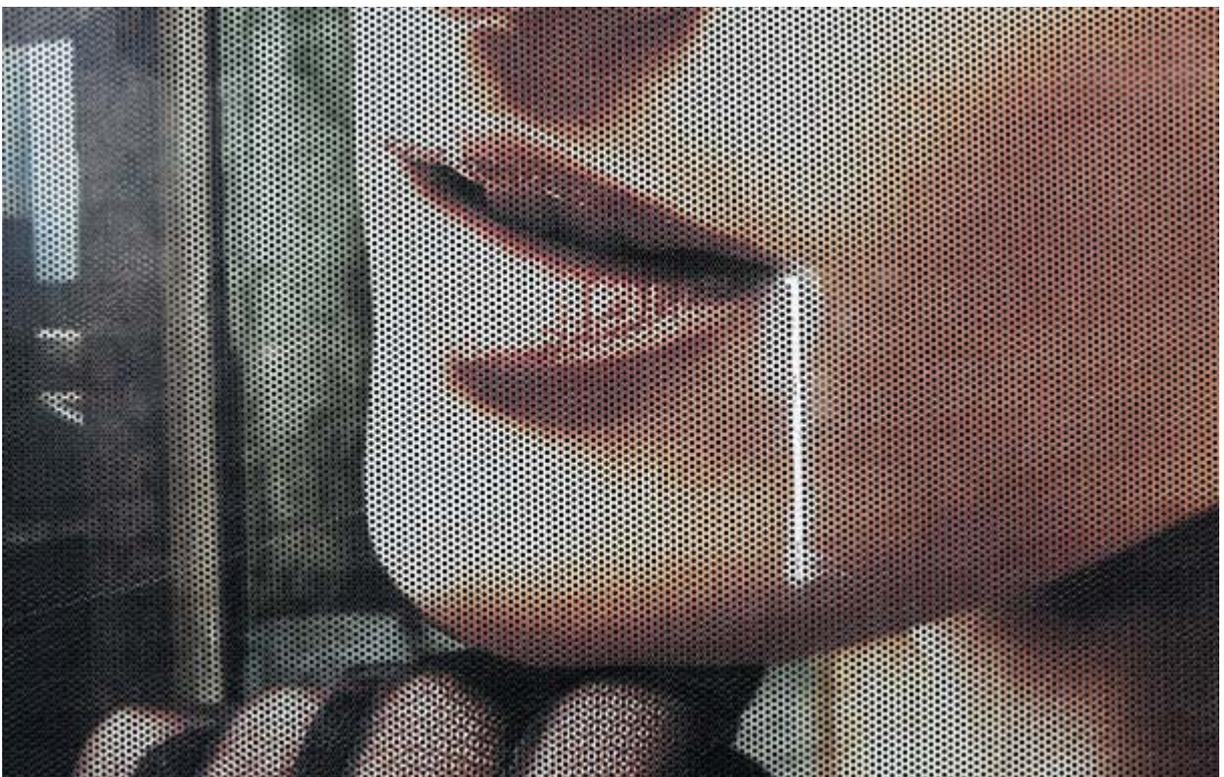
Série "O Mundo às Costas" (2001-2021)



Série "O Mundo às Costas" (2001-2021)



Série "O Mundo às Costas" (2001-2021)



Série "O Mundo às Costas" (2001-2021)



Série "O Mundo às Costas" (2001-2021)



Série "O Mundo às Costas" (2001-2021)



Série "O Mundo às Costas" (2001-2021)



Série "O Mundo às Costas" (2001-2021)



Série "O Mundo às Costas" (2001-2021)



Série "O Mundo às Costas" (2001-2021)



ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE  
ESTUDOS E PESQUISAS EM MODA