

ORGANIZADORES

Clotilde Perez e Eneus Trindade

CULTURA (I)MATERIAL E RITUAIS DE CONSUMO



AUTORAS E AUTORES

Alex Ramos Franco, André Peruzzo, Andreia Meneguete, Bruno Farias, Caio Braz, Clotilde Perez, Eneus Trindade, Flávio Rossi, Gabriel Caixeta, Giselle Fernandes, Isadora Petry, Julia Spohr Reinhardt, Juliana Amorim, Karina Araújo, Laila Djana Keller, Laís Trevizano, Leonardo Pachelle, Mariáh Rosa Cruz, Mariana Jatahy, Michel Campos Veloso, Mirela Perez, Nicolli Sanchez Silva, Paloma Gabrielle dos Passos, Rafael Braghetto Bezerra, Rafael Orlandini, Sara Almeida de Sousa Neves, Sara Barbosa, Silvio Nunes Augusto Junior, Silvio Sato, Tamiris Oliveira e Thales Reis Alecrim.

SÃO PAULO ECA-USP MAIO/2021

DOI 10.11606/9786588640326

ORGANIZAÇÃO

Clotilde Perez e Eneus Trindade

CAPA E DIAGRAMAÇÃO

Marcos Boscolo

ASSISTENTE EDITORIAL

Rafael Orlandini

REVISÃO

Clotilde Perez, Eneus Trindade e Rafael Orlandini

Catálogo na Publicação

Serviço de Biblioteca e Documentação

Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo

C968

Cultura (i)material e rituais de consumo [recurso eletrônico] : perspectivas semiopsicanalíticas / organizadores Clotilde Perez, Eneus Trindade. – São Paulo : ECA-USP, 2021. 299 p.

ISBN 978-65-88640-32-6
DOI 10.11606/9786588640326

1. Cultura material. 2. Consumo. 3. Semiótica. I. Perez, Clotilde. II. Trindade, Eneus.

CDD 21. ed. – 306.3

Elaborado por: Lilian Viana CRB-8/8308

As opiniões nesta publicação são de exclusiva e inteira responsabilidade dos autores e das autoras, não exprimindo, necessariamente, o ponto de vista da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

Esta obra é de acesso aberto. É permitida a reprodução parcial ou total desta obra, desde que citada a fonte e a autoria e respeitando a Licença Creative Commons indicada.



UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

REITOR

Prof. Dr. Vahan Agopyan

VICE-REITOR

Prof. Dr. Antonio Carlos Hernandez

ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES

DIRETORA

Profa. Dra. Brasilina Passarelli

VICE-DIRETOR

Prof. Dr. Eduardo Henrique
Soares Monteiro

OS SENTIDOS E AS RITUALIDADES DO GLAMOUR NA MODA

Mirela Perez

Clotilde Perez

INTRODUÇÃO

A palavra “Glamour” deriva de Gramática e tem etimologia escocesa que data do século XVI, contexto em que era utilizada para se referir a escrita: uma técnica que apesar de despertar fascínio, também era associada ao temor que o conhecimento trazia em uma época de “escuridão” e ignorância como a Idade Média (PEREZ; POMPEU, 2019). Apesar de hoje o conceito de Glamour ser comumente associado à opulência e abundância, ele nasce na linguagem, na escrita realizada pelos monges nos mosteiros medievais. Por ser um conhecimento restrito a um grupo religioso, as pessoas que detinham a sabedoria técnica necessária para desempenhar essa prática não apenas se sentiam próximas ao divino, ou mesmo seus representantes, mas também eram lidas pela plebe como instrumentos do sagrado (PEREZ; POMPEU, 2019). Tinha glamour quem detinha uma técnica, no caso, a gramática.

O “divino”, o “fascínio” e o “temor”, conceitos atrelados à origem da palavra Glamour que foram responsáveis por significá-la como a suntuosidade que distancia; o poder, a abundância e a riqueza, significado esse que seria posteriormente atrelado a indumentária da nobreza.

Os signos que definem o Glamour fazem parte da Semiosfera “esfera que possui as características distintivas que se atribui a um espaço fechado em si mesmo” sem o qual seria impossível a *Semiose* (LÓTMAN, 1996, p. 23); a semiose, por sua vez, trata-se de uma organização que cria conexões entre as expressões culturais, ou seja, com o passar dos anos os signos vão sendo absorvidos e ressignificados, tornando-se cada vez mais complexos, o que quer dizer que os signos que caracterizavam o Glamour em sua origem sofreram mutações, mas ainda guardam a raiz do domínio de algo que nem todos têm.

Esses signos que habitam o imaginário coletivo sobre “o que é Glamour” tem suas bases na história da moda, no cinema e na arte; ao buscar referências na indumentária ao longo de períodos históricos podemos destacar: os vestidos arredondados com sobreposições de anáguas durante o Barroco; a beleza frívola e “*embranquecida*” prezada durante o Rococó, bem como os corpos pousados em refinadas *recamier*; corpetes e outras complexas roupas íntimas usadas na Belle Époque; as franjas e os cortes de cabelo a *la garçon* característicos dos anos 1920; as plumas e a estética das *show girls* dos anos dourados do cinema; ou o *New Look* de Dior nos anos de 1950.

A MODA, UM MODO DE SER

Moda é *modus*, a expressão de um grupo social (BRAGA, 2004); e apesar de atualmente essa expressão da moda se dar de maneira líquida, através de referências visuais que trabalham com o elemento do resgate temporal e evocam a identidade de outras épocas, cada signo da indumentária (corte, cor, volume, textura, estampa etc.) possui potencial simbólico que carrega os valores equivalentes à sua época.

“A moda é a nobreza fugindo da vulgaridade, temerosa de ser por ela tomada” (William Hazlitt; 1778-1830), estas palavras mostram o quanto a moda foi importante como marca de separação e distinção social. Assim, o conceito de tendência de moda nasce na corte como uma forma de diferenciação da nobreza em relação a burguesia emergente, sendo seu ciclo de vida similar a uma parábola. Mesmo os burgueses tendo condições financeiras para bancar os mesmos luxos, não possuíam o *sangue azul*, não eram *ricos de berço*, portanto, a corte usava das roupas e acessórios para se destacar, mas a partir do momento que a burguesia copiava a nova tendência, ela caía em popularidade entre os nobres, e uma outra moda era criada (BRAGA 2004). Esse movimento ficou conhecido como *trickle down* a partir das reflexões de Simmel (1957, 2014), mas que também já estavam presentes em Veblen (1965) no seu livro clássico *A Teoria da Classe Ociosa*. O *trickle down* estabelece um movimento semelhante a um *cascadeamento*, começa nas altas esferas sociais e vai “para baixo” pelos mecanismos de imitação, levando a classe imediatamente inferior, buscar nova diferenciação.

McCracken traz uma visão mais antropológica e semiótica quando afirma “o vestuário é um meio através do qual categorias e princípios culturais são codificados e tornados manifestos”. (2003, p. 86). Fala de codificação e de manifestação de sentidos, efeitos. Assim, o vestuário vai se transformando, de uma dimensão funcional, cobrir o corpo, proteger-se, para tornar-se em signo expressivo, moda, que atravessa séculos chegando à contemporaneidade com vigor e potência identitária.

No plano da pesquisa acadêmica, a moda é ainda marginal, como afirmam Perez e Pompeu (2020), “talvez pela sua relação direta com a estética, talvez pelo seu caráter superficial de vestir e aparentar, talvez ainda por ser a manifestação mais evidente da cultura do consumo, a moda sempre recebeu menos atenção do meio acadêmico do que deveria”. No entanto, vem crescendo como tema de investigação associada aos rituais de consumo (MCCRACKEN, 2003; TRINDADE; PEREZ, 2014), linhas de pesquisa e produções acadêmicas por meio de artigos, livros, dissertações e teses, o que reforça os alicerces para além de uma expressão privilegiada da sociedade de consumo.

O GLAMOUR NA MODA, DESDE SEMPRE?

Apesar do costume dos nobres de se vestir com destaque datar do século XVIII, o uso da indumentária como forma de caracterização e distinção de classes se fez presente desde a Antiguidade. Em Kemet, que foi nomeado pelos gregos como Egito, as roupas também desempenhavam essa função, sendo o elemento pelo qual os mais privilegiados se “diferenciavam em opulência daqueles de classes sociais menos favorecidas materialmente, que, muitas vezes, andavam nus” (BRAGA, 2004, p. 20).

Seguindo a linha associativa entre opulência e Kemet, é quase impossível pensar na herança deixada pela moda no Egito, sem lembrar de Cleópatra, a sedutora, manipuladora, poderosa e bela governante endeusada pelo seu povo.



Figura 1 – Da esquerda para a direita: a) um hieróglifo de Cleópatra com cores corrigidas em computador (autor desconhecido); b) Elizabeth Taylor em cena durante o filme Cleópatra (dirigido por Joseph L. Mankiewicz, 1963); c) a modelo Iman como representação de Cleópatra no videoclipe de Michael Jackson “Remember the time” (álbum Dangerous, 1991)

Existiram outras seis *Cleópatras* menos “famosas”, porém a responsável por fazer o nome se tornar um signo de poder e luxo, foi a 7ª representante da dinastia dos Ptolomeus, a última pessoa a governar sob o título de Faraó (SZKLARZ, 2017, *online*). Intitulada por Josh Greene no livro *A arte da Sedução* de “Sereia fantástica”, a classificação se dá pelo fato dela criar personagens constantemente, transformando-se a cada entrada sua, para assim chocar e deslumbrar; tática de sedução utilizada para ludibriar grandes governantes através do Glamour de suas produções, César incluso (GREENE, 2004, p. 31).

Lembrando dos Signos do Glamour (PEREZ; POMPEU, 2019) que são construídos e ressignificados ao longo do tempo, serão analisadas a seguir releituras da figura icônica de Cleópatra. A história mística da jovem que seduziu César com o intuito de conseguir o apoio necessário para destronar o irmão/esposo, ganhou as telas do cinema em 1963; a escolha de elenco equivocada foi responsável por colocar o rosto de Elizabeth Taylor (Vide Figura 01 b) como a personificação da governante que, até então, era uma ilustração de perfil nos artefatos encontrados por arqueólogos.

Cleópatra era árabe, portanto, negra de olhos escuros e nariz aquilino, o cabelo liso característico da ilustração, era uma peruca feita em formato de trapézio e adornada com canutilhos de ouro (similar ao que hoje são colocados nos dreads); em uma primeira impressão a caracterização já está completamente errada, mas em um aspecto Joseph L. Mankiewicz (diretor) acertou, ou melhor, os figurinistas Renié e Vittorio Nino Novarese o fizeram: a opulência.

A opulência foi signo fundamental tanto nas inúmeras ilustrações quanto nas personificações da governante no entretenimento. Da esquerda para direita (Vide Figura 01 a), a ilustração mostra Cleópatra representada com peruca negra, maquiagem com delineado característico Egípcio, lembrando a representação do olho do deus Hórus, colar tipo ombreira e um arranjo de cabeça. No arranjo vários símbolos podem ser destacados para comprovar sua tática de sedução em que usava de seu figurino para ser comparada a divindades egípcias, tornando-a esteticamente poderosa e amedrontadora, como o próprio conceito de Glamour define. O pássaro representa a cabeça do deus Thoth, filho de Rá (Deus Sol) e pai da lua, significando sabedoria e cura (DIANA, 2020, *online*).

Já na imagem do meio (Vide Figura 01 b) a atriz Elizabeth Taylor usa um arranjo de cabeça cujas pedrarias e miçangas lembram por similaridade as asas de um pássaro, os tons variam entre o dourado e o azul. O dourado é comumente associado ao ouro e portanto ao “luxo, dinheiro e até felicidade”, “a fama e o glamour também estão intimamente conectados à cor ouro” (FARINA; PEREZ; BASTOS, 2006, pp. 106-107); já o azul, nesse caso escuro, indica “sobriedade, sofisticação, inspiração” além de inteligência e densidade ligada a profundidade do mar (FARINA; PEREZ; BASTOS, 2006, p. 102); a re-

apresentação é uma adaptação do que a sociedade da época valorizava como características de liderança, por se tratar de uma líder mulher, as cores sóbrias e complementares ao dourado foram escolhidas para passar credibilidade a imagem de Cleópatra, contrariando o estilo original da líder que optava por cores quentes, associadas ao sol e a fertilidade.

Por último (vide Figura 01 c) uma releitura dos anos 1990 na pele da modelo negra Iman, sua maquiagem característica com pele e olhos mais leves, tendo como destaque o batom marrom escuro; seu figurino (assim como as outras co-estrelas do clipe) tem modelagem e tecidos modernos típicos da década de 1990 (porém com fiel leveza da época) ela veste um bustiê drapeado em musseline transparente branca alva com bordados dourados (o estilo sobrepõe a precisão histórica dos materiais usados na época), o tecido desse pela lateral e costas do bustiê formando uma calda que passa pelo seu braço; ela usa braceletes e um colar de ouro que apesar de ter a mesma modelagem da ilustração a, possui um detalhamento típico de joias góticas; por último, o arranjo de cabeça é um símbolo da governante Nefertiti, deusa do amor, beleza e fertilidade.

Esteticamente as caracterizações das *Cleópatras*, apesar de não serem extremamente fiéis, são coesas com a personalidade da Faraó. Extremamente meticulosa, a governante programava e estudava suas aparições para ser sempre comparada a Ísis - deusa da fertilidade: cores quentes, que normalmente remetem ao sexo, além de chamar a atenção e gerar inquietação; tecidos fluidos e que deixavam ver as nuances de seu corpo; muito ouro e ornamentos, representando o seu poder; enfeites de cabeça, como o clássico chapéu da deusa/governante Nefertiti; capas que lembravam asas, pedras preciosas e matérias primas exóticas aos olhos dos viajantes. Ela trazia o excêntrico ao extremo viciando suas presas nesse jogo de ação e reação: eles queriam o espetáculo, e era isso o que ela dava, com todo o glamour.

Deixando o Glamour Egípcio ostensivo que simbolicamente aproximava o humano do divino como na figura de Cleópatra, passaremos a uma tendência de moda que fisicamente afastava a nobreza da plebe: *a Verdugada e os Paniers*.

As verdugadas ficaram famosas como a moda mais desajeitada e incômoda da história. Apareceram pela primeira vez na Espanha, no século XV, quando as damas da corte começaram a armar as volumosas saias com cordas e varas verdes (verdugos) de junco ou salgueiro. (COX; JONES; STAFFORD, 2012, p. 18).

Popularizadas durante a Era Tudor pela Rainha Elizabeth I, as Verdugadas, posteriormente readaptadas pelos ingleses e intituladas como *farthingale*, além de tirarem qualquer sensação de liberdade das usuárias, propunham um distanciamento entre os nobres e a plebe que ia além da simbólica distinção de classes, era físico.



Figura 2 – “The Armada Portrait” (George Gower; 1588)

O disco de verdugo na altura mais baixa dos quadris chegava ao diâmetro de uma “roda de carroça”, impossibilitando a aproximação de qualquer pretendente, admirador ou até mesmo colega; a estrutura alongava o tronco, achatava a silhueta das pernas e, acompanhadas dos espartilhos e golas “rufo” que adornavam o pescoço (vide Figura 02), contribuíam para criar uma imagem rígida, pomposa, austera e, principalmente, nobre e glamourosa.

Tanto o Renascimento quanto o Barroco, foram períodos em que se redescobria o valor do humano em contraponto ao teocentrismo da Idade Média (BRAGA, 2004, p.43), na moda, o antropocentrismo se traduzia em elementos do vestuário que equiparavam os nobres a divindades.

Após uma queda de popularidade das Verdugadas, entrava em cena os Paniers, aros que conferiam volume às anáguas; invenção também espanhola, os Paniers (cesto em francês) receberam esse nome pois foi na corte de Versalhes que encontraram suas variações mais extravagantes, principalmente durante o Rococó (COX; JONES; STAFFORD, 2012, p. 22).

Uma das adeptas das extravagâncias do período Rococó, e ícone de Glamour, foi a famosa princesa austríaca Maria Antonieta. “*O povo não tem pão? Que comam brioche!*” a frase inventada pela oposição e veiculada nas sátiras locais da Revolução Francesa, não só foi responsável pelo desencadeamento do processo de guilhotinar a nobreza, como também acabou por definir o espírito da rainha francesa.



Figura 3 – La Reine en Gaule, por Élisabeth Vigée Le Brun (1783)

Em sua biografia, consta que a jovem princesa austríaca foi mandada para França afim de cumprir uma aliança arranjada através do matrimônio com o rei Luís XVI; aos seus quatorze anos de idade, Maria Antonieta já se via pressionada por sua mãe para deixar herdeiros, e assim consolidar seu papel de enviada da paz (FRASER, 2001). Apesar de jovem, ela não poupou esforços, investidas ou jogos de sedução para atrair seu marido para a cama, porém o rei, com um sério caso de fimose que tornava o ato sexual muito doloroso, sempre inventava desculpas e viagens de caça para não se deitar com sua esposa.

Longe de sua família, pátria, amigos e se sentindo rejeitada, a rainha investiu seu tempo e dinheiro dos cofres da coroa em festas, viagens, reuniões, *brunches* e, principalmente, figurinos para acompanhar esses eventos. Quando analisamos a história da moda do período vemos uma crescente na tendência ornamental desde o Barroco, e se o Barroco já não poupava adornos, o Rococó era segundo João Braga (2004) “o exagero do exagero”:

O aspecto da fineza e leveza eram maiores [...] a renda permanecia em vigor para os punhos das mangas de camisas e os coletes eram sofisticadamente ornamentados. O volume das perucas diminuiu um pouco, porém, agora havia o hábito de empoá-las com pó branco. [...] Os volumes cônicos das saias, por sua vez, foram mantidos pelo uso de barbatanas de baleia. (BRAGA, 2004, p.51)

Além dos *Paniers*, perucas, maquiagem que embranqueciam a pele - uma pele nobre era uma pele clara, peles queimadas eram de trabalhadores que precisavam sair ao sol – os vestidos voltaram a ser usados com as “anquinhas” constituídas de uma armação de lâminas de bambu, no geral em um formato de sino, porém com algumas variações na parte traseira com nomes bem “ilustrativos” por exemplo *le bout-en-train*, no fim do trem.

Ornamentos de flores, tecidos pesados, brocados e bordados tão elaborados quanto os penteados, essas foram as referências para a moda da época, tendo como contraponto apenas a influência rural exercida pela burguesia campestre e adotada pela rainha em sua casa de veraneio. (KÖHLER, 2009)

Resgatando o conceito de Glamour lido como *a riqueza e abundância, poder e distância*, é possível ressignificar as saias suntuosas adornadas com brocados e bordados em fios de ouro, com formato que fisicamente afastava o outro; ou seja, assim como as Verdugadas na Era Tudor, a própria silhueta da época era um signo da separação entre a Rainha e a plebe, mas que a deixava em destaque para ser admirada, contemplada.

Mimada, consumista, fútil, extremamente estilosa, com recursos financeiros ilimitados e um título de rainha, o sonho de qualquer adolescente; enxergando um inexplorado público-alvo, a diretora Sofia Coppola lança em 2006, o filme *Maria Antonieta*. O figurino fabuloso que rendeu o Oscar executado por Milena Canonero e a cenografia de Véronique Melery, ambos extremamente precisos, relidos através da estética “*candy colour*” (o que equivale aos tons pastéis); fotografias de cenas em que os sapatos - objetos do vestuário extremamente fetichistas - se misturam a cupcakes; trilha sonora punk rock atual; essa foi a receita para o sucesso. *Maria Antonieta* deixava de ser uma personalidade para se tornar um desejo de consumo, era o Glamour Rococó traduzido para os *Millenials*.

O GLAMOUR NA MODA: DA BELLE ÉPOQUE AOS INÍCIOS DO SÉCULO XXI

Fazendo um salto temporal, analisaremos a seguir signos do Glamour durante a Belle Époque. Ao resgatá-la, a mente se volta principalmente para a silhueta violão modelada através de corpetes (BRAGA, 2004, p. 66), isso porque, a esperança de criar a cintura ideal de 40 cm, muito influenciada pelas linhas do *Art Nouveau*, teve como resultado na moda, volumes nos quadris acentuando a cintura extremamente afunilada por meio de práticas cirúrgicas de raspagem de ossos e *tight lacing* exagerados, proporcionando à indumentária o formato ampulheta, criando uma espécie de “perfil de pombo” (FOGG, 2013, p.197).

As práticas de contratação de modelos dos “estabelecimentos de moda” que comercializavam espartilhos pressagiavam o caminho no qual a indústria da moda atual trilharia usando modelos ultra-magras para vender as roupas. “ ‘Uma vez por semana’ é quando ela disse que poderíamos tirá-los (os espartilhos)”, lembrou uma modelo de espartilho em um artigo do Chicago Daily Tribune, em 1908. (SCOTT, 2010, p. 64).

O espartilho, tornou-se uma complexa armadura composta de “dez a quinze peças curvas”, cantoneiras e barbatanas, confeccionados em cetim e adornados com rendas e laços com o objetivo de encarecer a peça (COX; JONES; STAFFORD. 2012, p. 55). As rendas que adornavam o busto, assim como o formato das saias propiciavam uma silhueta em S, transformando as linhas em signos do Glamour que usa da distância como mostra de superioridade: as mulheres que usavam da prática de tight lacing tinham seus movimentos limitados, sua postura enrijecida e peito empinado, ou seja, o próprio elemento da indumentária fazia com que as damas da sociedade da época mantivessem uma atitude e presença pouco dinâmicas e espontâneas em seus ciclos e, portanto, menos afetuosa e amigável.

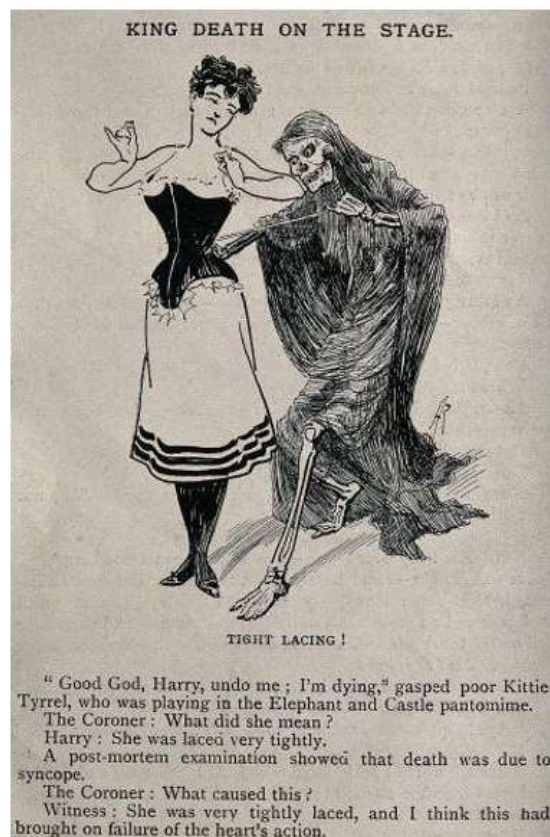


Figura 4 – Reportagem do Charleston, SC; 9 novembro 1904: p. 4. O “Ceifador” apertando as cordas do Corset, enquanto o texto conta de maneira poética a história trágica da atriz que o morreu por usar o espartilho apertado demais

Até a Belle Époque, o espartilho reinava como instrumento de beleza e “tortura”, porém com o lançamento do livro *Le Corset: etude physiologique et pratique* (o espartilho: estudo fisiológico e prático) por Madame Inez Gaches- Sarraute (SCOTT, 2010, p. 67) condenando o excesso da rotina de afunilamento da cintura, o início de práticas esportivas, bem como a aproximação da I Guerra Mundial, houve uma mudança drástica no vestuário. Na década seguinte, seria valorizado a mobilidade.

Com o período bélico se aproximando, algumas mudanças tiveram que ser realizadas para garantir tanto a economia financeira (as roupas na Belle Époque eram extremamente caras) como a praticidade das mulheres que se viam “obrigadas” a trabalhar enquanto seus maridos estavam na guerra. O *joie de vivre* (expressão em francês usada para descrever a Belle Époque que significa “alegria de viver”) da década passada foi substituído pela sobriedade dos tons escuros, Gabrielle Coco Chanel começou a produzir *tailleurs* e trazer o pensamento para a discussão sobre “o que é estilo?”, e, graças ao francês Paul Poiret, os corpetes estavam oficialmente extintos (BRAGA, 2004, p. 71), tanto por conta da mobilidade, quanto pela sua matéria prima, pois as mulheres foram incentivadas a doar seus *corsets* para que suas barbatanas de aço fossem derretidas e transformadas em armas (SCOTT, 2010, p. 77).

A partir da década de 1910 a mulher passava a se mover, além do ambiente de trabalho – agora ocupado pelas esposas e filhas dos soldados – muitas práticas esportivas se tornaram comuns, inclusive os banhos de mar, esse corpo que se move é lido através do comprimento das saias, que agora subiam à altura das canelas, e das silhuetas menos limitadoras. As características do vestuário da década possuíam signos da liberdade e emancipação feminina, porém com a sobriedade dos tons que as lembravam constantemente dos maridos, pais e irmãos que poderiam não retornar para casa (BRAGA, 2004, p. 70).

Em 1918 a guerra terminava, porém, o retorno dos homens não foi capaz de minar a independência financeira conquistada pelas mulheres solteiras, o que contribuiu para uma libertação. Os anos 1920, mais conhecido como os anos loucos, representaram uma revolução: agora, além de estar no mercado de trabalho, a mulher saía para se divertir e dançar.

Os ritmos mais em evidência foram o charleston, o foxtrot e o jazz. Com isso as roupas precisavam se adaptar a nova onda. As bainhas das saias e dos vestidos continuaram subindo [...] em 1925 a mulher mostrou de fato as pernas com o comprimento logo abaixo dos joelhos. (BRAGA, 2004, p. 73).

A moda da década de 20 se desenvolveu tendo como cenário político a lei seca dos Estados Unidos: a proibição da venda de bebidas alcóolicas gerou um mercado ilegal muito lucrativo para gangsters famosos como Alcapone, demanda alimentada por bares e cabarés secretos onde homens e mulheres jovens e cheios de energia dançavam *charleston*, assistiam à shows Burlescos e bebiam a noite toda.



Figura 5 – A atriz Gerda Maurus em uma foto tirada em 1920, autor desconhecido

O Glamour subia aos palcos (PEREZ; POMPEU, 2019). A euforia das noites era lida na glamourização dos figurinos no palco, com enfeites elaborados de cabeça, bordados, tecidos caros, peles, plumas e brilho. Enquanto as temáticas celestiais propiciavam o distanciamento proposto pelo Glamour, a silhueta, que permitia os movimentos de dança frenéticos, aproximava: uma estética tubular e andrógena ecoando os padrões artísticos do Art Déco, saias assimétricas, franjas, enfeites que ressaltavam o movimento da dança e saltos carreteis que permitiam maior conforto e mobilidade nos salões. Os materiais amplos, ostensivos reproduziam as vestimentas nobres, mas agora não tinham mais compromisso com a verdade, não precisavam ser joias, poderiam parecer apenas (PEREZ; POMPEU, 2019).

Com o objetivo de compreender a imensa ressignificação que a estética do Glamour sofreu na década de 1920, será analisado a fotografia da atriz Gerda Maurus. Na foto de Gerda (Figura 05), ela usa um salto tipo carretel com fivelas duplas em tom claro; seu vestido que passa da altura dos joelhos, possui um decote em V profundo,

coberto por tule e tecidos transparentes brilhosos costurados de maneira a formar uma franja em sua cintura; nos pulsos, dois braceletes, também de material brilhoso (parecem ser metálicos) servem de base para duas tiras de tecido que vão do braço até as costas, elas sustentam, como um varal, mais franjas de tecido brilhoso, formando o que parece ser uma asa. Gerda posa em um fundo celeste, sentada em uma nuvem desenhada, e (adequado a temática de céu) está o acessório que mais prende a atenção na foto: um arranjo de cabeça enorme feito em arame e alumínio, que imita uma auréola estelar, com pontas e adornos que lembram por similaridade estrelas. Seu olhar é distante e reflexivo como se ela, a própria estrela solitária, olhasse para a terra, para aqueles que a admiram. O tema exotérico envolvendo constelações era uma estética muito usada durante os anos 1920, sendo parte do Glamour da década inspirado no distanciamento do celestial, aludindo às antíteses da época em que embora frenética, era restrita e vazia: a beleza e a solidão.

Dando continuidade à linha do tempo, em 1929 o frenesi da década é quebrado juntamente com a bolsa de valores americana; desde o começo de 1920 o governo americano passou a expandir o crédito através da emissão de dinheiro e título, chegando ao final da década a expansão desse crédito foi congelada, já era tempo de ajustar as contas, ou seja, o Governo passou a controlar e restringir os empréstimos feitos; com esse movimento muitas empresas saíram da bolsa de valores americana temendo uma desvalorização da moeda, acontecia a crise de 29.

A década de 1930 nasceu de uma crise mundial, e na moda, o espírito retratava um incoerente glamour. Com o cinema em alta, as mulheres passaram a copiar o estilo das grandes divas como Greta Garbo e Marlene Dietrich, portanto, o luxo era essencial: cetim, cintura marcada, peles (ainda que sintéticas) e, apesar do comprimento ter aumentado novamente, agora as costas expostas em decotes eram o foco da sensualidade (BRAGA, 2004, p. 76).

Inspirados pelos trajes clássicos gregos, o caimento dos tecidos se tornou mais leve e fluido, levando em seu desenvolvimento metros e mais metros de tecido, o que dava à produção um ar teatral, teatralidade essa que influenciou até as roupas íntimas da época: possuíam muitas rendas, eram leves e se assimilavam a camisolas.

Ao analisar a construção de vestidos da famosa estilista dos anos 30 Madame Grès, Marnie Fog faz um paralelo com as deusas gregas e romanas: a silhueta alongada combinada ao movimento fluido agregando valores divinos ao corpo; mais uma vez o Glamour se atrelava a ideia de divino:

Ao aliar classicismo discreto e glamour sensual, este “vestido deusa” é típico da abordagem escultural da coutière parisiense Madame Grès para a silhueta em voga na década de 1930 [...] A peça remete aos drapejados clássicos vistos nas estátuas gregas e romanas, em especial o quíton usado tanto por homens quanto por mulheres [...]. (Fogg; 2013, p.251).

Os anos 30 recuperavam a distância proposta pelas origens do Glamour tanto nas suas alusões a estética grega clássica, quanto na própria atmosfera que girava em torno daquelas que ditavam a tendência de moda, as atrizes: a baixa qualidade das filmagens produzia uma película visual que através de um filtro luminoso criava uma atmosfera de sonho. Expressões dramáticas ainda que apegadas ao olhar distante característico do teatro; falta de som e produção impecável do figurino; completavam as características que distanciavam o público e transformavam os atores na nova realeza.



Figura 6 – Imagem retirada do filme *de grand álbi*, por Alfred Hitchcock estrelando Marlene Dietrich, 1950

Marlene Dietrich, por exemplo, foi parte dessa realeza do cinema; com expressão envolvente, porém distante, a atriz alemã foi um dos rostos responsáveis por ditar a moda dos anos 30. Na figura 06, a estrela usa vestido drapeado e acinturado com robe de plumas, colar de pérolas e batom escuro. Tanto seu figurino, quanto sua postura agregam valor de poder, luxo e glamour a produção.

Se durante 1930 a modelagem com abundância em tecidos, bordados e peles conferiram glamour, a década seguinte acabou por caminhar no sentido oposto. Os anos 1940 foram cenários da II Guerra Mundial e com a guerra veio também a recessão, colocando a realidade do racionamento de tecidos de encontro com a fantasia do glamour: as peças ficaram mais justas ao corpo e, devido a influência da guerra, receberam toques militares ao estilo (BRAGA, 2004, p 79).



Figura 7 – Atriz Rita Hayworth, em uma cena do filme *Gilda* (Charles Vidor, 1946)

Assim como outros períodos de tensões políticas, crises econômicas e guerras, o entretenimento, principalmente o cinema, foi a arma escolhida para distrair a população feminina diante da dura realidade. Lauren Bacall e Rita Hayworth são alguns dos nomes que imperaram durante os anos 1940 no cinema, divas de olhares lânguidos e sensuais que apareciam nas telas usando seus longos cabelos caídos em ondas sob os ombros e habitando o imaginário coletivo dos homens e das mulheres. De fato, a matéria prima escassa minou os figurinos luxuosos, porém a beleza das atrizes (cabelo, maquiagem), bem como o corte estruturado e imponente de seus trajes (herança militar) e uso de acessórios como os chapéus e luvas, foram suficientes para significar autoridade e distinção, dogmas que caminham junto com o conceito de Glamour e que foram copiados pelas mulheres comuns ao reproduzirem seu estilo e postura.

Com o fim da II Guerra Mundial veio a paz, prosperidade e um novo clima de “sonho”; sem o controle em torno da matéria prima a moda voltava à sua exuberância, e em 1947 o francês Christian Dior desenvolve uma silhueta nova capaz de resgatar “toda a feminilidade perdida durante os anos de guerra” (BRAGA, 2004, p. 82).

O New Look de Dior tornou-se um símbolo do espírito de uma década: Glamour, luxo e sonho: cintura marcada (construída a partir de uma cinta), saias rodadas, scarpins, chapéus, luvas e semi joias, o look completo para dizer “nós vencemos a guerra, e sim, somos melhores que vocês”, o famoso *American Way of Life*: O marido volta para casa no seu Ford após um longo dia de trabalho, sua esposa o recebe com uma comida quente e uma cerveja, a família janta e juntos assistem ao “Ed Sullivan Show”. Por dentro, donas de casa sem propósito e perspectiva que sucumbiam na histeria, por fora, princesas (FRIEDAN, 1963). O fim do período bélico terminou com qualquer esperança de independência da mulher; mais do que homens retornando ao seu posto de trabalho e posição de alfa carregando um estigma de “herói”, meninos assustados que voltavam para a pátria desejando voltar para os braços da mãe, por isso, casavam-se com “a própria”. Enquanto isso a mulher, grata pelos serviços prestados e por ter o marido vivo, voltava a ser a Dona de casa perfeita e obediente. Essa posição hierárquica machista pode ser lida nos signos do “figurino” de esposa da época, tanto nas saias rodadas e cheias, que remetem as indumentárias de realeza, quanto no retorno das cintas para afinar a cintura: que restringem o movimento e conferem a mulher o papel de um objeto que deve ser e estar em determinada forma para ser admirado.

O entretenimento é uma faceta da realidade, nele são apresentados estereótipos e modelos a serem copiados. A fim de compreender a diferença entre os papéis da mulher nas décadas de 1940 e 1950, foram selecionadas duas aparições da mesma atriz em décadas diferentes.

A comparação de duas referências icônicas do entretenimento envolvendo a mesma atriz em décadas diferentes além de ser perfeita para compreender o papel que a mulher ocupava em ambas as décadas, é também uma ótima representação do papel da produção cultural na época: de um lado sonhar para esquecer (durante a II Guerra Mundial), do outro, rir em família para entreter (*American Way of Life*).



Figura 8 – Imagem retirada do filme *As folias de Ziegfeld* (1945)

Na figura 08, a atriz Lucille Ball nas *Folias de Ziegfeld* (1945), ocupa a posição de uma domadora imponente, porém delicada, as cores rosa e o preto são símbolos antagônicos da cena em que Lucy – usando um vestido de corte mais austero rosa bebê, com bordados no corpo, drapeados a partir da cintura e arranjo de plumas sob a cabeça – ergue seu chicote de maneira firme diante de seus gatos pretos: as bailarinas assumem posturas fetichizadas em torno da representação de “Gata” exibindo suas garras criadas a partir de unhas postiças, elas vestem um longo traje em paetê preto com recortes laterais mostrando a cintura, a saia possui uma fenda frontal profunda deixando a mostra meias arrastão fechadas e dando vazão ao sapato (objeto fetiche); em sua cabeça as moças usam um acessório de paetê, uma touca clássica dos anos 30/40, com orelhas de gato.



Figura 9 – Imagem remasterizada e colorida retirada da série *I Love Lucy*, acervo Everett Collection (1951-1957)

Já na figura 09, a atriz Lucille Ball estrela uma cena de “*I Love Lucy*”, um show de comédia dos anos 1950 cuja trama gira em torno da dona de casa Lucille, que sempre tenta ajudar o seu marido, o músico cubano Ricky Ricardo, se metendo em várias confusões. Na foto, a atriz assume uma expressão desentendida diante da câmera enquanto prepara o que parece ser uma massa de bolo, ela veste um vestido acinturado com corpo tipo camisa, comprimento abaixo dos joelhos em xadrez *Vichy* vermelho (mesma estampa popularizada em toalhas de piquenique) e avental marrom sob os quadris.

Devido ao contexto da II Guerra Mundial em que as mulheres ocupavam o mercado de trabalho e ainda tinham que lidar com a ausência de seus familiares e a tensão de um possível bombardeio, o entretenimento se atinha ao mais puro significado da palavra: entreter, promover escapismo, fazer esquecer. Por isso na figura 08, a cena é criada para ser fantasiosa e a posição que Lucille ocupa é de uma Diva glamourosa. Já na figura 09, com os homens de volta para a sua posição central, a taxa de natalidade

aumentando e a popularização da televisão, o entretenimento era para horas familiares, passando a ditar costumes e modus, como por exemplo, o *American Way of Life*, a terra prometida aos soldados: paz, trabalho, dinheiro e uma esposa obediente; por isso, a cena em de *I love Lucy* nada mais é que a *glamourização* da imagem da Dona de casa.

Com o fim da década de 1950, muitos dos ideais sociopolíticos em torno do papel da mulher, estruturas familiares e até mesmo do próprio país foram postos à prova; essa guinada foi fruto da natureza questionadora do jovem diante das gerações anteriores, e graças ao *baby boom* (nome dado ao fenômeno do índice elevado de nascimentos em 1950 no pós-guerra) da década anterior, não faltaram adolescentes e jovens adultos para se rebelar contra os valores machistas, racistas e bélicos de seus pais.

Os jovens ocuparam as ruas, se manifestaram e pela primeira vez em muito tempo, também começaram a ser o centro da produção cultural: o feminismo influenciou a moda através da androginia – dando foco à modelo *Twiggy* – e da invenção da minissaia pelas mãos de Mary Quant. As passeatas e movimentos de *sit ins* (idealizado por Martin Luther King, tratava-se de ocupações em que negros se sentavam em locais em que não eram permitidos durante a segregação, como ônibus, lanchonetes e praças) deram visibilidade a uma moda que nascia dos guetos afroamericanos, e o total desprezo por qualquer experiência de guerra, resultou em campanhas como o *flower power*, que se traduziu em estampas literais e grupos hippies.

Essa efervescência do novo, da liberdade e da evolução resultou em uma moda que caminhou na contramão do que foi proposto na década anterior: cortes retos com desenhos assimétricos, marcado pelo vestido “tubinho”; influências da Pop art e Op art abriram uma gama de possibilidades na estamparia. Os tecidos mais usados eram os de fibra sintética, que contribuía para a intensidade das cores; o jeans e a moda unissex também foram tendências fortes durante a década de 60; a mistura de tecidos e o patchwork, bem como estilos “mais pobres” se tornaram referência do movimento Hippie que se popularizaria na década seguinte.



Figura 10 – A atriz Jane Fonda como Barbarella para o poster do filme com estilo assinado por Pacco Rabane (fotógrafo desconhecido, 1968)

No entretenimento o novo, aparecia na promessa do futuro, que começava a ser transformado em realidade (ou o que se esperava ser real no novo milênio); apesar de atingir seu apogeu na década de 70 com *2001 Uma odisseia no espaço* (1976) e *Star Wars* (1977), a estética futurista começava a ganhar espaço tanto nas produções de moda de Paco Rabanne quanto em desenhos como *Os Jetsons* (1963) e filmes como o sexy *Barbarella* (1968).

Considerado um ícone do cinema, o filme, estrelado por Jane Fonda, narra a aventura da heroína intergaláctica que usa sua sexualidade como principal arma, tratando-se de uma metáfora da emancipação e liberdade sexual da mulher a partir da década de 1960.

Partindo dessa contextualização e afim de compreender a importância do filme para produções culturais a posteriori, será analisado uma das imagens capturadas para o poster do filme. Na foto (Figura 10), Jane Fonda segura sua arma “futurista” sentada em uma postura imponente e sexual, seu olhar direto encara o espectador chamando a atenção e marcando a principal diferença da mulher da década anterior: a atitude. Seu

cabelo cortado em camadas e volumoso, antecipando a moda da década seguinte, as botas e até mesmo a altura da atriz conferem ao seu estilo signos da mulher Amazona: sensual, guerreira, forte.

A partir da década 60 e se perpetuando em 70 e 80, a definição de Glamour se desprenderá de suas origens em monastérios e aproximação ao divino, se atendo à uma proposta estética que envolverá brilho, poder, luxo, androginia e moda futurista, conceito que ficou conhecido como GLAM, tendo como difusores do movimento David Bowie e, no Brasil, a banda “Secos e Molhados”. No entanto, a raiz do Glamour caracteriza pela distância e pelo domínio da linguagem, permanece, ainda que ressignificada.

A liberdade, o novo, a vida, signos lidos nas tendências de moda usadas como caracterização identitária de diferentes grupos que nasceram na década de 60 e continuaram durante a década seguinte. De modo geral, a moda durante os anos 1970 foi marcada pela *contracultura* aparentemente nada Glamourosa: cabelos compridos, jeans, macramê e outros trabalhos manuais, referências a outras etnias, principalmente a indiana (influência que imperou na estética visual e sonora nos discos dos Beatles), jeans, calças boca de sino, cores e estampas. Porém, apesar desse estereótipo ser um ícone do jovem durante esse período, os anos 1970 foram muito mais do que uma fantasia que pode ser comprada em loja, uma vez que suas expressões culturais são múltiplas.

Apesar do estigma de *contracultura* na moda, o Glamour durante os anos 1970 resistiu e se ramificou em duas vertentes a Disco e o Glam Rock; graças a efervescência do entretenimento jovem, as casas, clubes e discotecas da década funcionavam durante a madrugada tocando músicas disco, soul e o funk, ambientadas por luzes coloridas e climatizadas com drogas psicodélicas. Como a moda se trata de um modo de vida, necessitando assim haver um espaço e um contexto, o impacto desse ambiente no estilo dos jovens que o frequentavam foi: roupas com brilhos que refletiam as luzes juntamente com o globo de espelhos, mistura de cores, volumes que criavam movimento durante a dança e o uso liberado do dourado e a cor prata agregando valor de joia não à produção, mas à pessoa que o usava.

O Glamour da estética Disco (que perdurou até os anos 80) foi perpetuado por Divas como Diana Ross, Donna Summer e Gloria Gaynor, que abusavam das proporções, texturas, brilhos e silhuetas tidas como conceituais para época; o Glamour Disco pode ser resumido à uma palavra: brilho.

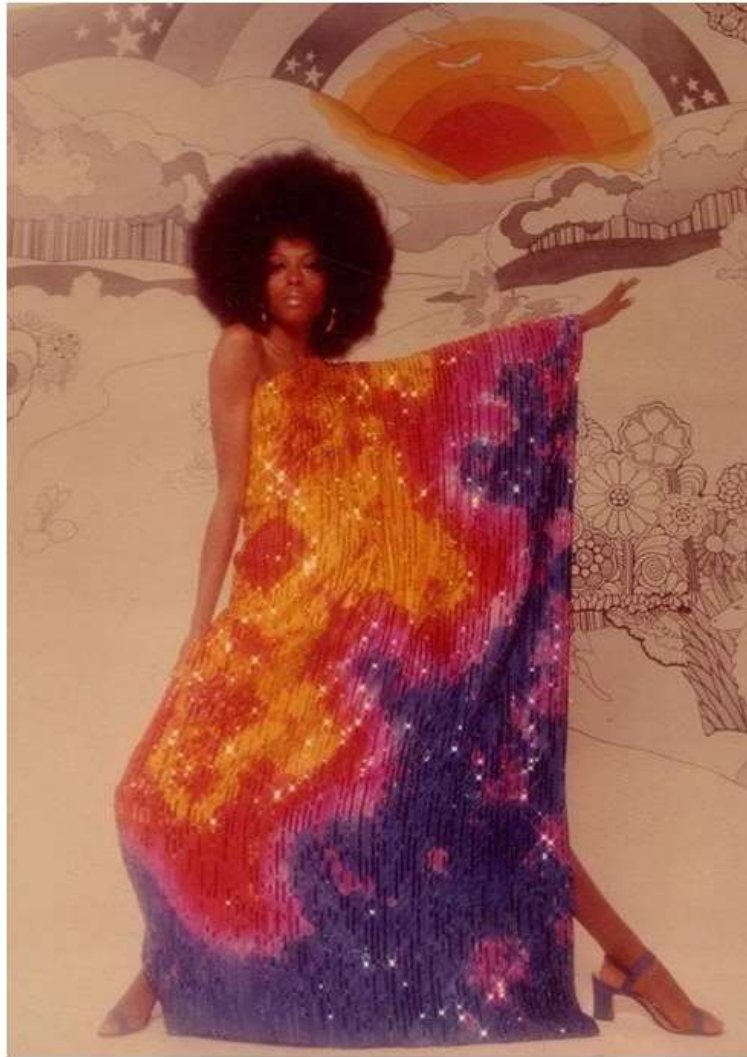


Figura 11 – Cantora Diana Ross em fotográfico dos anos 70 (Fotógrafo desconhecido)

Na figura 11, por exemplo, a cantora Diana Ross exhibe seu corpo longilíneo a frente de uma gravura de padronagem asiática tendo como cor apenas o Sol ao fundo. A Diva veste um kaftan assimétrico na estampa e modelagem, ela ergue sua única manga em uma pose imponente e artística, típica dos concursos de *Voguing* que se popularizariam na década seguinte.

O vestido manchado e bordado de lantejoulas apresenta 4 tons de cores: as cores quentes e intensas como o amarelo e o vermelho (assim como o sol que nasce ao fundo), uma cor fria, o azul arroxeadado, e a cor rosa que mantém a intensidade. Nos seus pés ela calça uma sandália de salto baixo azul. Sua maquiagem e brincos abusam do dourado e tons quentes, acompanhando a transição do amanhecer simbolizado por suas roupas, culminando no seu rosto emoldurado pelo Black Power: o próprio Sol. Ela, a divindade, como o astro.

Diva, a expressão que se popularizou na indústria do cinema e da música e que é usada para indicar ícones femininos do Glamour, cantoras com voz inigualáveis, performance impecável e presença de palco, capaz de proporcionar uma experiência energética inesquecível em suas performances ao vivo (domínio das linguagens). A palavra Diva nasce de divindade feminina, deusa, e a alusão à ideia de deusa não vêm apenas de uma estética glamourosa, mas da sua capacidade de, através da arte, proporcionar uma aproximação com o divino, oferecendo uma experiência visual, sonora e energética que incorpora o significado original do conceito de Glamour.

Se *brilho* era a palavra que definia o Glamour das Divas da discoteca, *excentricidade* era o sinônimo perfeito para os artistas cuja identidade visual era o *Glam Rock*, e não havia nada de mais excêntrico que brincar com signos de ambos os gêneros em uma produção chocante e andrógena, por isso, o estilo foi marcado por maquiagem em homens, salto plataforma, peças de alfaiataria bordadas em pedraria com decotes profundos, brincos assimétricos, capas, chapéus extravagantes, plumas e uma atitude provocativa.

Em meados do decênio surgiu uma proposta muito excêntrica para a moda jovem associada aos grupos musicais em alta, em que a palavra de ordem era o “glamour”. Daí surgiu o visual de líderes musicais do movimento glam também chamado “glitter”. Influenciados pelo visual de líderes musicais do movimento “glam rock”, como Bryan Ferry and Roxy Music, David Bowie, Rod Stewart, Marc Bolan e Elton John, jovens aderiram ao visual de muito brilho e mais ainda de excentricidade exagerada. (BRAGA, 2004, pp. 92-93)

Um dos grandes nomes do Glam Rock, Elton John, ainda hoje um ícone da moda e estilo, ficou conhecido por suas produções extravagantes e fantasiosas com extrema atenção aos detalhes. Elton – assim como muitas artistas Burlescas e Drag Queens - encontrou na sua vestimenta uma maneira de transbordar o seu alterego e extravasar sua (ainda escondida) sexualidade, trazendo o figurino de palco para o lar e vivendo seu personagem 24 horas por dia.



Figura 12 – O trio “Secos e Molhados” composto por Ney Matogrosso, Gérson Conrad e Wander Taffo fotografado por Fernando Seixas para O Cruzeiro (ano desconhecido)

O movimento Glitter também foi muito difundido no Brasil. Durante os anos 1970 a cultura possuía valor de resistência e papel de crítica social, sendo todos os elementos que a constituía milimetricamente planejados para serem interpretados como forma de protesto. Os representantes da música, inspirados pelo movimento *Glam* e a cultura transformista ganhavam espaço televisivo usando da letra e do seu visual como signo de oposição ao governo em plena ditadura, dentre grandes nomes do estilo encontra-se Ney Matogrosso com o grupo “Secos e Molhados”, e em uma versão mais sutil da estética o grupo “Os Mutantes”.

Em uma época de censura, repressão e tortura, ideias divergentes representavam risco de vida, por isso quando Ney Matogrosso no trio “Secos e Molhados” sobe ao palco da Tv Tupi, ao vivo em 1973, maquiado, sem camisa e com seus rebolados entoando: “Minha vida, meus mortos, meus caminhos tortos” (Sangue latino, 1973), ele faz mais do que popularizar o Glam Rock no Brasil, o grupo “Secos e molhados” foi capaz de levar a resistência e androginia para a sala de estar.

Ao misturar referências do Glam Rock com o Tropicalismo, colocando *glitter* em signos do vestuário indígena, Ney Matogrosso foi um visionário, sua proposta estética e conceitual tornou-se um ícone da cultura popular brasileira e referência da cultura - na época vista como contracultura - LGBTQI+ não apenas no Brasil, mas no mundo.

Enquanto a década de 1970 trazia signos da liberdade, do prazer, do corpo natural, e as viagens psicodélicas aproximavam-se de uma experiência etérea que impactou na moda e no modus de vida, os anos 80 se caracterizaram pelos exercícios físicos, mundo corporativo e drogas de performance.

Mais do que um estilo de vida Yuppie caríssimo, o maior objeto de luxo era o corpo que se transformava em mármore a ser esculpido: fitas VHS da atriz Jenny Fonda contendo vídeo aulas de exercícios levavam para o *streetstyle* roupas de academia extravagantes, collants cavados, macacão, munhequeira e faixa (cada elemento de uma cor berrante diferente). E aqui no Brasil as “Chacretes” desfilavam em horário familiar com collants decotados e cavados até a altura da bacia.

A década de 1980 também foi responsável por fazer a música pop despontar, e com ela a Rainha e o Rei do Pop, figuras precursoras com estilos e propostas revolucionárias, que se tornaram ícones mundiais da cultura, mudando o curso da música, arte, dança, cinema e moda; a própria nomenclatura usada para classificar os fenômenos Madonna e Michael indica um retorno à estética do Glamour ligada à nobreza e realeza.

Veludo, seda, pele, pluma, cetim... [...] Joias - metais e pedras brilhantes - e outros acessórios representam o enfeite, a riqueza, a demonstração de que o glamour da monarquia se aproximava da riqueza, da opulência, da ostentação e do acúmulo de materiais valiosos. (PEREZ; POMPEU, 2019, pp.16-17).

Michael, o fenômeno mirim que veio fazendo sucesso desde a década de 1970 com o grupo familiar Jackson's Five, passa pelo início de sua carreira solo (ainda Disco) marcada por *Don't stop till you get enough* (1979), estourando como celebridade adolescente ao lançar o filme/clipe *Thriller* (1982).

Pontuando elementos do estilo e ambientação de *Thriller* pode-se destacar: androgenia representada através das roupas brilhosas e justas em um corpo masculino magro, cabelos cumpridos, cores fortes, ombros estruturados, criando uma silhueta triangular invertida e um leve gosto pelo obscuro - ainda que mais *trash* que assustador - esses são os signos do figurino responsáveis por transformar o clipe de *Thriller* no ícone de uma geração, conquistando para Michael o título de rei.



Figura 13 – O cantor Michael Jackson, posando para os fotógrafos após ganhar 8 estatuetas no 26º Grammy Awards (1984 fotógrafo desconhecido)

A imagem de realeza acabou por extrapolar o título e passou a falar sobre a estética das produções de moda do artista, tanto em clipes e shows quanto no *streetstyle* e em premiações. Na figura 13, por exemplo, Michael Jackson posa para os fotógrafos segurando humildemente uma estatueta do Grammy, quando na verdade naquele ano o cantor quebrou recordes ao sair vencedor de oito prêmios, de onze indicações, conquistando efetivamente seu título de Rei do Pop.

Na foto, Michael veste sua luva icônica de diamantes do clipe de *Billie Jean* – que lhe rendeu os oito Grammys – e óculos escuros em uma versão futurista do modelo “aviador”. Sua jaqueta possui um corte “real”, com signos de nobreza: como as golas triangulares sobrepostas, abotoaduras de ouro, ombreiras com franjas douradas, linhas de costura em tecido dourado, faixa que cruza seu peito e brocados na altura dos cotovelos.

O dourado e o azul foram cores escolhidas especificamente para significar a riqueza (dourado) e certa austeridade (azul) da nobreza, os tecidos extremamente brilhosos são um ícone tanto da sua opulência quanto da sua origem Disco (vide Divas dos anos 70), sendo o fundo azul brilhoso semelhante ao céu estrelado, colocando Michael na posição de estrela e resgatando o Glamour celestial. Perto e longe ao mesmo tempo.

Cada detalhe da roupa de Michael foi minuciosamente pensado para perpetuar a ideia de que ele era o Rei do Pop, mas não apenas isso, os óculos e as luvas quebram a tradição do uniforme e trazem um elemento futurista a produção para posicionar o artista como o futuro, Michael não era apenas um Rei, mas estava construindo uma Dinastia através de sua música.

Compartilhando a coroa de Rei com a Rainha, Madonna foi uma das primeiras pontes da cultura LGBTQI+ com o universo pop musical e a cultura popular, ficou famosa pelos cliques controversos, eróticos e fetichistas, looks icônicos e apropriação do estilo de dança *Voguing* dos *balls* americanos.

Apesar da apresentação do hit Vogue na premiação do VMA na MTV (1990) - onde, vestida de Maria Antonieta (ícone do Glamour da Nobreza analisado no início do texto) chocou os telespectadores ao trazer dançarinos homossexuais com figurino e coreografia indiciais femininos ao palco. Ter perpetuado a imagem de Maria Antonieta, Madonna é Rainha, e sua jornada real como trend setter começa nos anos 1980.

Em 1980/90, Madonna conquistava seus súditos com duas estéticas diferentes, porém complementares: inspirada por Marilyn Monroe e sua imagem de loira sedutora, ingênua e “aproveitadora” nasce o *alterego Material Girl*; e explorando seus fetiches visuais através de signos e coreografias indiciais do BDSM, a dominatrix, Dita. As duas forças que regem até hoje o estilo da cantora representam a sua fetichização do poder e do Glamour.



Figura 14 – Marilyn Monroe em “Os homens preferem as loiras” (Howard Hawks; 1953)

Entre tantas produções Glamourosas do início de sua carreira, o icônico *Material Girl* e suas inspirações no clássico *Diamonds are the Girls best friend*, lançou Madonna para o mundo, por isso, foram selecionadas duas imagens esteticamente compatíveis para análise por comparação, buscando compreender as ressignificações do Glamour ao longo das décadas. Na figura 14 (o original) Marilyn em “Os homens preferem as loiras” (1953), e em 15 (a homenagem) Madonna estrelando o clipe de *Material Girl* (1984).

No clipe, Madonna executa uma performance inspirada pela *Diamonds are a girl's best friend* como uma metáfora irônica do contexto: ela representa uma atriz famosa que diante de tantas atenções importantes, presentes e dinheiro, acaba por se apaixonar por alguém humilde.

A estética do figurino é uma releitura, trata-se do Glamour dos anos 1950 vistos pela ótica da *modernidade* dos anos 1980. A silhueta usada no original também estava em alta no período em que o clipe de Madonna fora filmado: o vestido tomara que caia reto, de corte mais seco, até o laço, era uma tendência de adorno popular na década de 1980.

Apesar das semelhanças que acabam por indicar as inspirações da cantora, a diferença do original para a releitura é grande e está presente em três segmentos: Acabamento de tecidos, acessórios e beleza. No original (Figura 14) o tecido do vestido, de um rosa mais forte, brilhoso e aparentemente mais maleável, aumenta as proporções formando vincos que marcam a silhueta e deixam o laço mais cheio.



Figura 15 – A Rainha Madonna estrelando o clipe de Material Girl (Mary Lambert; 1984)

Já na versão de Madonna (Figura 15), um tecido mais fosco, duro e provavelmente sintético, confere linhas mais retas e modernas para a produção. Os acessórios usados por Marilyn são ostensivos, grandes e provavelmente mais caros (principalmente por conta do investimento alto na indústria do entretenimento da época), Madonna, em seu início de carreira, opta por joias mais simples com design que estava em voga entre as jovens mais abastadas, o efeito é uma produção mais harmônica que alonga seu colo. O cinto em material sintético e as luvas de elastano também modernizam a produção da cantora.

Por fim a beleza: a década de 1950 foi marcada por sobancelhas altas, finas e delineadas, lábios pintados além do contorno da boca e ondas nos cabelos criando a imagem da Diva cinematográfica sedutora. Os anos 1980, por outro lado foram marcados por uma beleza facial mais natural – apesar das cores fortes – lida pelas sobranceiras grossas e pouco pó ou base, os cabelos armados com laquê terminam por caracterizar as tendências de penteado da época.

Com a análise de *Material Girl*, deixaremos o fetiche, o glamour e o *glam rock* dos anos 1980, passando assim, para a década seguinte. Os anos 1990 foram uma efervescência de acontecimentos, mudanças tecnológicas bem como a proximidade da virada do século são responsáveis por construir um contexto em constante ebulição e mudança. Fenômenos e ídolos nacionais e internacionais morriam na mesma velocidade que nasciam, guerras começavam, a cultura televisiva ganhava força, avanços tecnológicos impactavam uma nova geração, a queda do muro de Berlim marcava o fim de uma ideologia, e os clones? citando o hit dos anos 90 *You get what you give*, “bom, eles continuam se multiplicando” (New Radicals, 1998). Foram o início de uma era sem barreiras, preconceitos e liberdade, o que se traduziu na cultura popular e midiática – principalmente na televisão brasileira em seus programas de auditório de moral duvidosa- e é claro, na moda.

No livro *Tudo sobre moda* o capítulo designado para a década de 90 tem como título: “Luxo decadente e excesso” (FOGG, 2013, p. 466). A efervescência e liberdade causada pelos acontecimentos e avanços tecnológicos acaba por atingir a moda de maneira que sintetiza o espírito do jovem na época: multiplicidades culturais, referências sonoras e visuais que transbordavam diante das telas deixando os jovens perdidos em meio a tantas possibilidades de estilo e resultando em uma moda que trabalhou com releituras históricas, misturou símbolos e signos de tribos urbanas, e foi caracterizada por marcas de *prêt-à-porter* que brincaram com o excesso em suas campanhas luxuosas.

O excesso de exposição das modelos fotográficas e das manequins, tornando-as celebridades, ditou um novo padrão de beleza para a mulher. Suas vidas e seus corpos passaram a fazer parte do imaginário feminino. (FELERICO, 2018, p. 127)

Entre as conhecidas *Uber models* (modelos com mais de 1,80m) estava a amazona Naomi Campbell uma das primeiras mulheres negras a ser capa da revista TIME e Vogue (francesa, britânica e russa), além de fazer aparições em clipes como o *Erotica* da Madonna e *In the closet* de Michael Jackson, ambos vídeos icônicos da década de 90. Além do currículo invejável, a modelo ficou conhecida por seu “reinado” de dez anos como Angel da Victoria’s Secret. Naomi quebrou muitas barreiras raciais e logo se tornou um símbolo sexual além de modelo cobiçada entre marcas de luxo famosas como Versace e tantas outras.



Figura 16 – Naomi Campbell durante desfile de Gianni Versace em (1991)

Como um símbolo do luxo e Glamour decadente característico da época, em 1991, Gianni Versace transformou sua crítica ao consumo exacerbado em inspiração e criou o que foi nomeado como “Vestido Warhol” (vide figura 16). Durante os anos 1960, o artista Andy Warhol ficou mundialmente conhecido pelas suas obras em reprodução - como por exemplo as sopas *Campbell* produção em serigrafia - uma metáfora para a produção e consumo em massa, a lógica também era aplicada a imagens de celebridades que a mídia transformava em produto e saturava, como foi o caso de Marilyn Monroe. No desfile de 1991, Gianni gera uma estampa a partir da obra de Warhol com o rosto de Monroe, e cria um vestido justo e extremamente sensual, com um bustiê corpete em pedraria colorida. Versace transforma signos da opulência e luxo decadente do momento em um vestido, e o coloca em uma das modelos mais saturadas da década: Naomi Campbell.

Em meio a marcas de luxo que misturavam referências em produções exageradas levando o Glamour à decadência durante a década de 1990, Thierry Mugler soube manter o nível de qualidade de seus desfiles usando de modelagens complexas, tecidos luxuosos e referência ao universo Burlesco dos anos 1930 e 1940. O desfile de 1995 (vide figura 17), intitulado *Le Cirque* apresentado no *Cirque D'Hiver* em Paris, foi um exemplo de como os signos do Glamour misturados ao fetiche podem ocupar espaço em um mesmo look, construindo uma produção interessante que mesmo erótica e sensual continua opulente, sendo em si uma metáfora da fetichização do poder.



Figura 17 – Imagens retiradas do desfile de Thierry Mugler, coleção de outono inverno (1995)

Com o desfile de Thierry Mugler, deixaremos o Glamour dos anos 1990 e passaremos ao começo dos anos 2000. A virada do milênio propiciou um avanço tecnológico que ditou um novo estilo de vida, rápido em ser vivido consumido e exposto. Com o excesso de exposição em redes televisivas, revistas e futuramente em redes sociais, os artistas passaram a buscar incessantemente o novo, conseqüentemente as tendências não mais respeitam a sazonalidade (a moda não é ditada apenas em estações, ou seja, em desfiles de outono/inverno e primavera/verão), mas sim, vem de fontes múltiplas, são popularizadas em mídia, reproduzidas em massa, resultando na desvalorização e, portanto, fazendo a elite retornar à busca do novo; remontando assim, as origens da moda num conflito identitário entre Nobreza e Burguesia, só que muito mais acelerado.

As celebridades, artistas, músicos, atores e produtores de conteúdo, na busca por diferenciação identitária visual se voltam para o mesmo método utilizado pela no-

breza, diante de uma burguesia emergente que possuía poder aquisitivo para copiá-los: perseguir um ideal inalcançável de superação. Além do Glamour usado como signo da identidade individual e diferenciação entre: realeza, nobreza, burguesia e plebe (pois não existe apenas a diferenciação entre artista e público, mas entre os artistas em si), quando olhados pelo microscópio das revistas e blogs de fofoca, as figuras públicas buscaram nas raízes da opulência e primor de materiais o caminho para se manterem acima de tais críticas.

Essa lógica impulsionou Britney para que ela evoluísse de *Hit me baby one more time* com um visual colegial sugestivo em meados dos anos 1990, para o macacão de diamantes icônico usado em *Tóxic*, em apenas quatro anos; permitiu que Rihanna passasse de uma cantora Barbarense de 16 anos, para ícone de estilo, *trendsetter* e dona de um império da moda; permitiu que Beyoncé, antes membro de uma *girlband*, se tornasse a abelha rainha (Queen Be), e juntamente com seu marido, ganhasse o título de família real da música.

Diamantes, Império, Rainha, Família Real, termos subvertidos de sua origem na linhagem e nobreza, ressignificados por personalidades cujo impacto social de sua arte perpetuou valores de superação, evolução e poder. O Glamour não é mais ditado por uma parcela privilegiada, mas por aqueles que foram capazes de superar suas adversidades (seja financeira, psicológica, estética, social ou racial) construindo na mídia seu próprio reino e legião de súditos, ou seja, dominaram a linguagem de seu tempo.

Um ótimo exemplo estético da ressignificação do Glamour no milênio e dos novos valores de realeza é o clipe de *Pour it up* (2012) que Rihanna lançou após se consagrar como uma das melhores artistas da década e conquistar o respeito da indústria musical. “Clube de Stripper e notas de dólar, e eu ainda ganho meu dinheiro”, é com esse verso que Rihanna inicia a música *Pour it up* em um clipe em que a cantora mistura elementos *trash* e extremamente eróticos das casas de *strip tease*, referências estéticas do burlesco, óculos escuros, luvas e signos da realeza que Glamourizam a produção.



Figura 18 – A cantora Rihanna no clipe de *Pour it up* (produção Mike Will make it, 2012)

A música conta a história de Rihanna assumindo as rédeas de sua carreira: por ter origem humilde e Barbarense a cantora teve que renunciar a suas vontades e obedecer a produtores e agentes para fazer sucesso; por ser mulher na indústria musical, teve que sexualizar seu corpo para tornar-se mais desejável e vender sua música. As misturas de elementos visuais do cenário e figurino do clipe não são casuais, Rihanna, já com uma carreira de sucesso estabelecida, se coloca em uma posição de poder em que não precisa mais se submeter a certas situações desagradáveis. Ela não é mais a plebeia e sim a rainha. Ela não é mais a stripper que sobe e desce conforme a vontade dos homens, ela é a dona do clube.

A partir dessa análise, elementos como o trono, a peruca e a sandália ganham novos significados no contexto geral, que se divide em dois segmentos: a stripper e a rainha, e como intersecção dos dois, a burlesca (Figura 18). Na estética stripper a sandália *pleaser* de *poledancer* é o que mais chama atenção, sua estamparia feita de dólares é metáfora do desprezo por algo que possuído em abundância, não tem mais importância. A tanga jeans rasgada mostrando a calcinha é um elemento erótico forte no figurino, e as luvas de couro pretas com unhas postiças são o casamento perfeito entre o fetiche (couro) e o *trash* (unhas postiças enormes são comuns entre as strippers americanas).

O Glamour da realeza pode ser lido nas joias de sua gargantilha, brincos, anéis e cristais que adornam seu soutien e *pasties*; no casaco de pele que se torna símbolo de riqueza, poder e abundância; na peruca estilo *Pussycat* que mistura referência de modelo anos 1920, com cachos e tonalidade que remetem a aristocracia da corte francesa; e principalmente, no trono em que ela assume uma postura de rainha e gangster.

O figurino extremamente Glamouroso e ao mesmo tempo extravagante de *Pour it up*, levanta um questionamento: se no *streetstyle da realeza do rap* (e aqui no Brasil do Funk) as produções se tornam cada vez mais caras e ostensivas, qual escala o entretenimento deve usar para mensurar produções cinematográficas, figurinos de musicais, shows e cabarés burlescos, antes ícones do Glamour? Nos palcos e nas telas de cinema, o figurino volta seu olhar para as décadas do século passado, criando releituras e misturando referências historicamente imprecisas para produzir determinado efeito de sentido no espectador.

No novo milênio, música eletrônica pode ser trilha sonora de uma festa frenética e megalomaniaca regada à bebidas ilegais durante os anos 1920 (*O Grande Gatsby*; 2013); sonhando, uma adolescente do Upper East side, pode se ver no papel de Marilyn Monroe em *Diamonds are the Girls best Friend*, enquanto sua amiga e rival, caracterizada como Audrey Hepburn em *Bonequinha de luxo*, rouba seu homem (*Gossip Girl*, 2007); relembando sua história, um Elton John dos anos 1970, pode dançar numa orgia ambientada na boate, ao som de uma versão *dancehall* de sua música *Bennie and the Jets* (*Rocketman*, 2019). Improbidade contextual é o que coloca o entretenimento dos anos 2000 na posição de propiciar a execução do impossível.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Glamour com origem gramática dos monges medievais, estabelece sua raiz no domínio da linguagem que alguns poucos têm e na capacidade de expressarem essa linguagem por meio das mídias, do texto ao cinema, passando pelo palco, rádio, transbordando nas redes sociais. Esse domínio de poucos distancia e inspira ao mesmo tempo que lança códigos de distanciamento, sendo as roupas e acessórios, uma expressão muito potente.

Do Antigo Egito aos dias atuais o Glamour está presente em múltiplas possibilidades, vez por outra associado ao luxo, opulência, riqueza, sensualidade.

Quando o luxo não é mais reservado a nobreza, a democratização da informação possibilita uma maior liquidez de interpretação das referências e o Glamour se desprende de suas origens em mosteiros caminhando com o poder, o fetiche, a sensualidade e a ambição. Nesse sentido, é responsabilidade da moda, como um retrato social, ressignificar mais uma vez aquilo que um dia já foi equiparado ao divino, ao celestial, a realeza, a distinção, ao clássico, ao futuro, ao etéreo. Assim, o Glamour contemporâneo ganha valores que o transformam no elemento fundamental na realização de uma fantasia. O Glamour do novo milênio é a pura possibilidade do sonho, sem perder suas raízes, sendo possível apenas àqueles que constroem e dominam a linguagem midiática do seu tempo.

REFERÊNCIAS

- BRAGA, J. **História da Moda: uma narrativa**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004.
- COX, B.; JONES, C. S.; STAFFORD, D.; STAFFORD C.; Última moda, uma história ilustrada do belo e do bizarro. São Paulo: **Publifolha**, 2012.
- DIANA, D. FERNANDES, M. FUKS, R. **O CORVO**. Disponível em <<https://www.dicionariodesimbolos.com.br/corvo/>> Acesso em 2020.
- FARINA, M.; PEREZ, C.; BASTOS, D. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.
- FELERICO, S. **Do corpo desmedido ao ultramedido**. Curitiba: Appris, 2018.
- FRASER, A. **Maria Antonieta**, biografia. Rio de Janeiro: Editora Record, 2001
- FRIEDAN, B. **A mística feminina**. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1963.
- FOGG, M. **Tudo sobre moda**. Rio de Janeiro: Editora Geral, 2013.
- GREENE, R. **A arte da sedução**. Rio de Janeiro: Rocco, 2004.
- KÖHLER, C. **História do Vestuário**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009.
- LOTMAN, I. M. **La se miosfera I: semiótica de la cultura y del texto**. Tradução de Desiderio Navarro. Valência: Frónesis Cátedra, 1996.
- MCCRAKEN, G. **Cultura & consumo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003
- PEREZ, Clotilde. **Há limites para o consumo?** São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2020
- PEREZ, C.; POMPEU, B. **Signos do Glamour**. São Paulo: Casa Semio, 2019
_____. Moda mimética, desviante e criativa: em busca da secundidade perdida. **De Signis**, n. 32, jan-jun, 2020
- SCOTT, L. **Lingerie, a modern guide**. London: Quantum Publishing, 2010.
- SIMMEL, G. Fashion. **The American Journal of Sociology**. Vol. 62, n. 26, 1957
- SIMMEL, G. [1895]. **Filosofia da moda**. São Paulo: Texto e grafia, 2014.
- SZKLARZ, Eduardo. **Houve 6 outras Cleópatras além da que você conhece**. Disponível em <<https://super.abril.com.br/historia/houve-6-outras-cleopatrasalem-da-que-voce-conhece/>> Acesso em janeiro de 2020.
- TRINDADE, E.; PEREZ, C. “Os rituais de consumo como dispositivos midiáticos para a construção de vínculos de sentido entre marcas e consumidores” **Revista Alceu** (online), 15, 2014,157-170.
- VEBLEN, Thorstein. **A Teoria da Classe Ociosa**. São Paulo: Pioneira, 1965.