

**O DISCURSO DO GLAMOUR COMO ATRATIVO PARA O UNIVERSO
DO TRABALHO COM MODA**

Regiane M Konopka¹

Resumo:

Refletimos aqui sobre a transposição dos valores de *glamour* e celebração midiáticos no universo da moda. Problematicamos as imagens criadas a respeito de um cotidiano de visibilidade e que eventualmente os indivíduos busquem em sua atividade laboral. Tal reflexão fazemos pelas lentes da personagem Andrea Sachs (*“O Diabo Veste Prada”*, 2006). Aproximamo-nos de nossa reflexão a partir da leitura das imagens e dos discursos da personagem em momentos-chave da trama. Como referencial teórico trazemos discussões sobre códigos sociais fundamentadas nos conceitos e reflexões de Guy Debord e Ervin Goffman e as questões de identidade em Stuart Hall.

Palavras-chave: Comunicação e Consumo. Moda. Identidade. Imagem. Representação.

As faces do “diabo” – As Personagens

A obra cinematográfica de 2006 “O Diabo veste Prada”, a partir da qual fazemos nossas reflexões sobre a transposição de valores do mundo fashion para signos de distinção do cotidiano, adaptada do *best seller* de Lauren Weisbeger e dirigida por David Frankel, trouxe renomados atores como Meryl Streep e Anne Hathaway, além da figurinista Patricia Field já famosa por seu trabalho na série americana “*Sex and the City*”² também dedicada ao universo *fashion*. O filme teve duas indicações ao Oscar, por melhor figurino e melhor atriz com Meryl Streep.

¹Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas do Consumo da ESPM.

rmkonopka@gmail.com.

² *Sex and the City* é uma premiada série de televisão americana baseada na obra de Candace Bushnell, Scott B. Smith e Michael Crichton, com o mesmo título. Originalmente foi transmitida nos Estados Unidos pela HBO, de 6 de junho 1998 a 22 de fevereiro de 2004. Filmada na cidade de Nova Iorque, a série tinha como tema central as relações pessoais, sociais e sentimentais de quatro amigas. Fonte: Wikipedia https://pt.wikipedia.org/wiki/Sex_and_the_City acessada em 30/08/2015 às 18:52

A trama de “O Diabo veste Prada”, mesmo sendo declaradamente uma ficção, foi inspirada na experiência da autora do livro, que ocupou por três anos o cargo de assistente de Anna Wintour, editora-chefe da revista *Vogue*³ em sua edição americana, e mundialmente reconhecida na esfera da moda. Aspecto que tomamos como ponto de partida para as intertextualidades (esperadas) entre o enredo ficcional da estória e o cenário *fashion*.

Tomamos como objeto empírico alguns personagens desta obra cinematográfica com o objetivo de problematizar o diálogo entre a representação ficcional e o mundo “real” – no caso, o imaginário sobre o que signifique trabalhar no mundo da moda - e a relação entre o consumo e signos de poder e *status* no “fazer” cotidiano. Estabelecemos esta relação do ponto de vista da mobilidade das identidades, entendendo que “a identidade torna-se uma celebração móvel: formada e transformada continuamente em relação às formas como somos interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam” (HALL, 2015, p.11)

Contextualizando nossa proposta de reflexão, trazemos uma visão geral do enredo do filme que transcorre em torno da indústria da moda, mais especificamente nos bastidores da fictícia revista *Runway* e em uma edição da *Paris Fashion Week*⁴.

Miranda Priestly (Meryl Streep) é editora da revista *Runway*, lendária e temida, administra coercitivamente um império. Eficiente e centralizadora, nada pode lhe escapar,

³ “Vogue” é listada entre as 10 revistas femininas de moda mais importantes mundialmente. Publicada desde 1892, pela Condé Nast Publications, está presente em 21 países. Mensalmente publica trabalhos de estilistas, escritores, fotógrafos e designers dentro de uma perspectiva sofisticada do mundo da moda, da beleza e da cultura pop. Fonte: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Vogue_\(revista\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Vogue_(revista)) acessado em 30/08/2015 às 18:57

⁴ *Paris Fashion Week* é uma semana de desfiles de moda realizada semestralmente, em Paris com coleções de Primavera/Verão e Outono/Inverno. As datas são determinadas pela Federação Francesa de Moda. *PFW* faz parte do “Big 5” entre as semanas de moda internacionais, sendo os outros: *Londres Fashion Week*, *Milão Fashion Week*, *New York Fashion Week*, e *Berlin Fashion Week*. Fonte: https://pt.wikipedia.org/wiki/Paris_Fashion_Week acessada em 30/08/2015 às 19:05

mesmo que isso lhe custe infelicidade em sua vida pessoal. Suas relações cotidianas de trabalho com os membros de sua equipe, são de submissão e constrangimento. Fora do escopo da relação patrão-empregado, sua opinião está sempre acima do trabalho dos estilistas, que precisam de seu parecer positivo para obterem espaço na revista e visibilidade midiática, uma vez que a Runway funciona ao mesmo tempo como lançadora de tendências e uma legitimadora de talentos.

Miranda – a chefe



Figura 1 - Meryl Streep caracterizada como Miranda Priestly.⁵

Emily Blunt (Emily Charlton) é primeira assistente de Miranda que se submete ao desrespeito da chefe em nome do estereotipado status que acredita que sua posição lhe confira. Um olhar mais crítico mostra que, mais do que a primeira assistente, Emily é reprodutora ideológica do posicionamento de Miranda, ainda que isso lhe custe constante humilhação e nenhum reconhecimento. Em um movimento de projeção, Emily dispensa a Andrea Sachs (Anne Hathaway), uma jornalista recém-formada que é contratada para auxiliar Emily, o mesmo tipo de tratamento que recebe.

⁵ As figuras apresentadas neste artigo são sequencias retiradas do DVD do filme “O Diabo veste Prada”.

Emily Blunt – a assistente



Figura 2 - Emily Charlton, caracterizada como Emily Blunt.

A trajetória, de Andrea Sachs na revista *Runway*, é o centro da trama. Conforme mencionado de início, Andrea estaria representando Lauren Weisbeger, a autora do livro que deu origem ao filme. Andrea é uma jornalista recém-formada, que tendo sempre se destacado nos estudos, tem como objetivo trabalhar em algum veículo midiático de renome em Nova York. Mesmo não tendo afinidade com moda, é contratada pela renomada revista “*Runway*”, que por sua importância, não deixa de representar para a jovem uma oportunidade de desenvolvimento na carreira que busca como jornalista. Entretanto, logo nos primeiros dias, tendo em vista sua falta de identificação com o universo *fashion* e em contraposição com o ambiente da sofisticada revista, é tratada com desprezo por seus colegas que não compreendem como uma garota tão fora dos padrões de estilo pode ter sido contratada para trabalhar ali. Com o desenrolar do filme, essa situação vai se alterando pois a personagem muda seu visual com o objetivo de adequar e ser aceita no grupo. A transformação desta imagem e adoção desta nova identidade será o centro o de nossa investigação.

Andrea Sachs – a nova contratada



Figura 3 – Andrea Sachs quando começa a trabalhar na Runway e demonstra desconhecer a renomada marca Dolce&Gabbana.

Figura 4 - Andrea depois de abandonar suas antigas roupas, e já transformada numa genuína fashionista.

Moda e Identidade

Para este estudo identidade é um conceito entendido como uma forma de comunicação, que se dá por meio do consumo de moda que, por sua vez, tomamos como uma linguagem que transmite parte de quem somos, alguns de nossos valores e nossa eventual posição no contexto social, considerando moda mais que tendências de vestuário.

Retomando nossa história, Andrea é contratada por Miranda, que se refere à funcionária, como “a garota gorda, mas inteligente”. Aquela, por sua vez, assim que começa a trabalhar na revista percebe o ambiente extremamente tenso que lá predomina, mas considera isso parte de sua entrada no mundo do trabalho e que, como recém-formada em jornalismo, sua passagem pela prestigiosa revista seria um aspecto relevante em seu currículo.

Ao adentrar o ambiente da revista, onde as demandas de “estar e vestir conforme a última tendência da moda” fazem em parte da rotina, Andrea se depara com um universo

que lhe é totalmente desconhecido, incluindo o renome e importância de Miranda nesse círculo, ou sua fama como chefe implacável. Isso como cenário, Andrea é explicitamente hostilizada por seus colegas, que não compreendem como uma garota que não vê a moda como um elemento de valor para a vida, não demonstrando nenhuma preocupação com a constituição de um estilo pessoal possa fazer parte da equipe. Como agravante, mesmo com toda a hostilização, Andrea não percebe o significado do “vestir-se”, seu funcionamento como um código de pertencimento e identificação naquela esfera.

Mesmo enfrentando uma situação de rejeição pelo modo de se vestir, não só por parte dos colegas mas também de sua chefe, Andrea resiste em adotar o código de vestimenta do ambiente, mantendo-se fiel ao que acredita ser a sua verdadeira identidade: uma garota que acredita que deva ser julgada pela sua eficiência, independentemente de seu estilo de vestimenta. (figs. 5 e 6).

Nigel tentando melhorar o *look* de Andrea



Figuras 5 e 6 Nigel, produtor da revista, percebendo que seus sapatos eram antiquados, oferece um novo par, mas ela o recusa alegando que Miranda a contratou sabendo como ela se vestia habitualmente.

Mesmo sendo a antítese da fashionista⁶, Andrea (ou Andy como é chamada em seu círculo íntimo), aos poucos, vai percebendo que para fazer parte deste contexto social e ser aceita por seus pares, terá que assimilar a cultura da empresa, representada fortemente por

⁶ Fashionistas são os apaixonados pelo mundo da moda, que se esmeram em vestir-se com criatividade e vanguarda e são de alguma maneira fazem parte deste universo. Fonte: <http://www.portaisdamoda.com.br> acessado em 27/07/2015.

tais códigos de vestimenta e então, decide pedir auxílio do produtor de moda Nigel (Stanley Tucci), que é um dos poucos profissionais pelo qual Miranda demonstra apreço, para ajudá-la a mudar sua imagem. (figs. 7 e 8). Em princípio, Nigel resiste, negando-lhe a ajuda, demonstrando até ser esta uma tarefa “impossível”, tal o mau gosto da colega, mas finalmente concorda, não só emprestando-lhe roupas de seu acervo mas também lhe assessorando na concepção de uma nova imagem.

O início da transformação visual



Figuras 7 e 8 Andy se rende, e pede ajuda a Nigel para conseguir mudar seu visual, afim de se adequar aos padrões de estilo exigidos no novo ambiente laboral.

Andrea, toma a decisão de mudar seu visual a partir da ocorrência de duas situações: a primeira quando Miranda que lhe diz que está decepcionada e que acreditava que ela poderia ser diferente das outras garotas “magras e tolas” (figs. 9 e 10), como de costume sua chefe é sarcástica e não lhe dá possibilidade de defesa. Andrea se aborrece, sem conseguir compreender o porquê de não conquistar a confiança da chefe apesar de todo o seu esforço.

Miranda repreende Andrea



Figura 9 e 10 Miranda declara a Andy: “Eu achei que você seria diferente, por isso, contratei essa garota esperta e gorda, mas você é igual a todas”.

A segunda situação ocorre quando Andrea, aborrecida e inconformada com o rumo da discussão com a chefe, resolve conversar com Nigel que não se solidariza com a posição de vítima da colega, fazendo-lhe um discurso apaixonado, ressaltando a grandiosidade e importância da revista (figs. 11 e 12), justificativa para as demandas de “bem vestir-se” existentes, além de enfatizar o quão aquele lugar que ela ocupava era cobijado por outras garotas, o que a leva a repensar seu posicionamento quanto ao seu estilo, ou a falta dele.

Nigel discursando



Figura 11 e 12 Nigel faz um discurso inflamado para Andrea a favor de Miranda e da revista.

Após isso, Andy modifica seu jeito de vestir, a maquiagem, o corte de cabelo, e a moça, até então pouco vaidosa, vai incorporando os signos da moda e mais do que isso assumindo uma nova identidade espelhada em um modelo que até então rejeitava. Esta mudança acontece inicialmente com o objetivo de adequar-se ao trabalho, mas rapidamente se constitui parte de sua identidade para além do ambiente laboral, refletindo-se em seu comportamento e hábitos junto ao grupo de suas relações pessoais. Aparentemente, aquilo que de início rejeitava para si e até criticava, agora a seduz.

Com a transformação e adoção do novo estilo, seus amigos e o namorado, Nate (Adrian Grenier), a questionam em relação à preocupação com a imagem, a mudança de comportamento e o servilismo ao novo trabalho e sobretudo aos mandos e desmandos de sua chefe. (figs.13,14 e 15)

Andrea e Nate discutem



Figuras 13,14 e 15 Nate questiona a Andrea a mudança de comportamento e ela tenta convencê-lo que ainda é a mesma pessoa em roupas melhores.

Identificamos nessa dinâmica de transformação da personagem o que Goffman (1983, p.29) chama de “representação” referindo-se às adaptações que o indivíduo faz em sua rotina com a finalidade de ser aceito ou assumir uma posição de domínio em suas interações sociais. Esta representação é designada por “toda atividade de um indivíduo que se passa num período caracterizado por sua presença contínua diante de um grupo particular de observadores e que tem sobre estes alguma influência”. Na estória, com o desenrolar da trama, as interações de Andrea com o ambiente de trabalho refletem diretamente em seus modos de ser na esfera particular.

Sob as lentes de Hall (2014), o que acontece na trajetória de Andrea analisamos do ponto de vista de que a identidade não deve ser tratada rigidamente, que os significados não são fixos ou completos e que sempre existem deslizamentos. A nova posição assumida pela personagem evidencia a questão da fluidez da identidade:

Ao ver a identidade como uma questão de tornar-se, aqueles que reivindicam a identidade não se limitariam a ser posicionados pela identidade: eles seriam capazes de posicionar a si próprios e de construir e transformar as identidades históricas, herdadas de um suposto passado comum (HALL, 2014, p. 29).

Nesse sentido, lembramos o aspecto da fixação de uma identidade como norma, e na maneira como isso se reflete na hierarquização das identidades e diferenças. Os personagens da trama são fortemente influenciados por Miranda (fig. 16), lembrando aqui o modo como Emily se refere à chefe como “uma lenda”.

Silva (2014) defende que esta normalização é um processo sutil, usado pelo poder, que elege uma identidade específica para ser o modelo que servirá de padrão para a avaliação e hierarquização de outras identidades, assim como acontece com Miranda que mesmo tendo uma personalidade hostil é tratada como um modelo a ser seguido.

Normalizar significa atribuir a esta identidade todas as características positivas possíveis, em relação às quais as outras identidades só podem ser avaliadas de forma negativa. A identidade normal é “natural”, desejável, única. A força de uma identidade normalizada é tal que ela nem sequer é vista como uma identidade, mas simplesmente como “a” identidade. (SILVA, 2014, p.29)

Como as coisas funcionam



Figura 16: Nigel explicando a Andrea depois de uma apresentação de um estilista, o poder que Miranda tem na esfera fashion.

O diabo da visibilidade

A moda caracteriza-se como um mundo simbólico e, como muitos outros referentes ao campo do trabalho, isso se traduz em uma linguagem constituída por uma diversidade de códigos que, compartilhados dentro das esferas dos grupos de interesse, transmitem características de quem os adota, seus valores e posição naquele contexto social específico.

No caso da moda, para manter a dinâmica da indústria que a alimenta e que por ela é alimentada, necessidades são criadas a partir da apropriação de elementos já presentes na vida social, ressignificando-os, ou caso contrário estaríamos de volta ao contexto da compreensão do indivíduo passivo, sem espaço de agência. Ilustrando, citamos a moda com referências étnicas, que toma grafismos, texturas, estilos dos mais diversos povos e os apresenta aos públicos urbano-metropolitanos em formatos tais de forma a proporcionar junto aos mesmos traços de identificação. Identificação com vistas a conquistar potenciais consumidores, e que deve ser divulgada a partir de celebridades, ou personagens que circulem pela mídia, de forma a tornar o exótico, originado por vezes de povos primitivos,

reconhecível no ambiente citadino ao incorporar atributos da caracterização dos personagens de divulgação. Ou seja, o exótico, primitivo, é aceito, desejado até, mas para isso a ele é incorporado o glamour inerente às figuras midiáticas, em um mecanismo de projeção do sucesso daquele que usa o bem (MARINHO, 2005).

Mesmo sem a intenção inicial de se incorporar à aura de glamour e poder associada à moda, Andrea termina por acessar esse universo e seus significados no intuito de atingir o sucesso, e de ser aceita no campo profissional. E, ao fazer isso, ela se deslumbra com a visibilidade que este universo lhe proporciona.

Já sua companheira de trabalho, Emily Blunt quer se apropriar de todo o simbolismo que moda possa lhe oferecer por meio através da participação neste campo do trabalho. Ela se mantém em constante estado de deslumbramento com a possibilidade de se aproximar cada vez mais dos ícones deste universo, enxergando a carreira no mundo *fashion* como um caminho para viver cotidianamente como em seu mundo idealizado, (figs.17,18 e 19) mesmo que a realidade mostre-se completamente diferente do imaginado.

O mundo de Emily





Figuras 17,18,19 Emily conta entusiasticamente a Andy sobre a viagem que fará a Paris, onde demonstra excitação com a possibilidade de ir a festas (mesmo que seja para trabalhar), conhecer estilistas (que sequer serão cientes de sua presença) e vestir-se com alta costura (mesmo que com roupas emprestadas).

Em “O Show do Eu”, SIBILIA (2008, p.15) afirma que estamos “[...] vivenciando um corte na história que altera as formas de ser e estar no mundo”. A autora questiona a legitimação da cultura da observação do outro e da exposição de si próprio. Emily busca se apropriar da imagem de poder do mundo da moda sobretudo através da visibilidade que seus compromissos de trabalho lhe proporcionam e pela imagem de fashionista que constrói com o uso de roupas de grife.

No âmbito da análise em desenvolvimento, entendemos que parte da compreensão de Emily sobre o mundo da moda advém da representação midiática do mesmo por meio dos estereótipos de beleza, riqueza e poder. Num processo de realimentação, que é próprio da mídia, por meio de seus produtos ficcionais e publicitários, apropria-se de símbolos que reforçam o dominante estabelecido e, no caso da moda, por vezes até construindo significados, implicando com isso numa relação de reflexo e refração de imaginários, resultando na ativação de desejos a partir da identificação dos receptores com os personagens.

Debord (1997) nos chama a atenção para o que ele denomina de “a sociedade do espetáculo”, que entendemos é levada às últimas consequências nas representações presentes no filme em análise. Desde as primeiras reflexões, o autor já adverte para o fato

de que a sociedade moderna já via o advento da exposição do sujeito como uma positividade, constituindo-se assim no modelo prevalecente.

A primeira fase da dominação da economia sobre a vida social acarretou, no modo de definir toda realização humana, uma evidente degradação do *ser* para o *ter*. A fase atual, em que a vida social está totalmente tomada pelos resultados acumulados da economia, leva a um deslizamento generalizado do *ter* para o *parecer*, do qual todo “ter” efetivo deve extrair seu prestígio imediato e sua função última. Ao mesmo tempo, toda realidade individual tornou-se social, diretamente independente da força social, moldada por ela. Só lhe é permitido aparecer naquela que ela *não* é. (DEBORD, 1997, p.18)

Sob as lentes de Debord, o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas sim uma relação social entre as pessoas, por elas (as imagens) mediada. Se Marx já chamava atenção para a mudança do “ser para ter”, Debord antevia o perspassamento do “ter para o parecer”, conceito mais que moderno na atualidade.

Considerações Finais

O filme remete a importantes considerações acerca dos sujeitos em seus percursos identitários e também sobre como os estereótipos inerentes ao universo da moda influenciam e seduzem, levando os indivíduos a tentar alcançar estes referenciais idealizados em seu cotidiano através do campo laboral.

Através da trama pudemos ainda averiguar como o contexto social no qual o sujeito está inserido contribui para a formação de sua identidade e discurso, conceito este convergente com Hall (2015) que sugeria a identificação como processo contínuo no lugar de identidade como coisa acabada. Se antes considerávamos que as identidades podiam ser fixas ou pré estabelecidas pela sociedade, agora elas devem ser entendidas como múltiplas e transitórias.

Entendemos desta maneira, que a expressão de identidades por meio da moda reflete a complexidade do mundo moderno e a necessidade de adequar-se a novos

contextos sociais gera muita contradição, mas é a partir destas interações entre o eu e sociedade que as identidades são finalmente (trans) formadas.

Referências

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DIABO VESTE PRADA, O. Direção de David Frankel. EUA: Fox-Sony et. al., 2006. DVD (110 min).

GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 1983.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 12ª edição. Rio de Janeiro: Lamparina 2015.

HALL, Stuart. Quem precisa de identidade? In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). **Identidade e diferença** – a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis (RJ): Vozes, 2014.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MARINHO, Maria Gabriela S.M.C. Ensino Superior de moda: condicionantes sociais e institucionalização acadêmica em São Paulo. Uma abordagem histórica. In: WAJNMAN, Solange e ALMEIDA, Adilson (Orgs.) **Moda, Comunicação e Cultura**: um olhar acadêmico. 2ª edição. São Paulo: Arte e Ciência, 2005.

SIBILIA, Paula. **O Show do EU** – a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SILVA, Tomaz Tadeu da. (Org.) A produção social da identidade e da diferença. In: **Identidade e diferença** – a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis (RJ): Vozes, 2014.

SVENDSEN, Lars. **Moda uma filosofia**. Rio de Janeiro: Zahar. 2010.