

COSTURANDO CORES, SILHUETAS, BRASILIDADE
E MUITO GLAMOUR: UMA ANÁLISE DO FIGURINO
DAS PROTAGONISTAS DA SÉRIE

COISA MAIS LINDA



**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

EDUARDA PILOTTI ROSA

**COSTURANDO CORES, SILHUETAS, BRASILIDADE E MUITO GLAMOUR:
Uma análise do figurino das protagonistas da série Coisa Mais Linda**

**São Leopoldo
2021**

EDUARDA PILOTTI ROSA

**COSTURANDO CORES, SILHUETAS, BRASILIDADE E MUITO GLAMOUR:
Uma análise do figurino das protagonistas da série Coisa Mais Linda**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Publicidade e Propaganda, pelo Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS).

Orientador(a): Ms. Márcia Morais Molina

São Leopoldo

2021

AGRADECIMENTOS

Depois de tanto escrever, surtar e me orgulhar, me faltam palavras para agradecer aqueles que me apoiaram neste período de dedicação, comprometimento e responsabilidade ao tcc. Eu diria que, praticamente um relacionamento sério, que eu jamais vou querer divórcio, porque eu amei produzir. Brincadeiras à parte, primeiramente eu quero agradecer com todo o carinho do mundo à minha orientadora, professora Márcia Molina. A professora Márcia foi muito mais que uma orientadora: ela foi amparo, incentivo, consolo e inspiração sempre que eu mais precisei. Já que falei sobre relacionamento ali em cima, eu diria que eu e a professora Márcia fomos o “match” perfeito. Profe, obrigada por este ano de muitos podcasts no WhatsApp, ansiedade e motivação. Obrigada por sempre ser meu ponto de paz quando parecia que nada estava dando certo. Eu não tenho dúvidas: tu foste a melhor orientadora que eu poderia ter escolhido! Obrigada por, desde o princípio, abraçar falar sobre minha série favorita e, assim como eu, curtir cada parágrafo desta pesquisa intensamente.

Um obrigada muito especial aos meus pais, Carla e Zinho, pelo incansável apoio neste um ano de tcc. Obrigada por sempre acreditarem em mim e colocarem meus estudos em primeiro lugar. Obrigada pelo o apoio incansável de vocês quando a ansiedade batia e eu achava que não seria capaz. Um obrigada mais que especial à aquela que não me gerou durante nove meses, mas que desde o útero da minha mãe, me gera com todo amor do mundo no coração: Vózinha, muito obrigada por ser a melhor vó do mundo! Este tcc também é para ti que sempre confeccionou os vestidos e as fantasias mais lindas que eu já vi. Obrigada aos meus irmãos, Zé Luiz e Marina, à minha afilhada Celina, que com apenas dois aninhos foi uma injeção semanal de motivação e amor neste período intenso; aos meus amigos, à minha psicóloga Milaine por toda ajuda e disciplina com o meu tcc, e à minha personal Rafaela, que nem imagina o quanto me ajudou a lidar com a ansiedade do tcc através da atividade física. Sem esquecer da minha companheira fiel de quatro patas, um obrigada cheio de lambeijos à Oli pela parceria incansável deitada ao meu lado enquanto eu escrevia sem parar.

Obrigada também à mim mesma, por toda responsabilidade, dedicação, paixão e intensidade que tive desde a cadeira de Projeto de Pesquisa, quando escolhi meu tema, até o final deste trabalho. Muitas vezes, ser intensa não é fácil, mas quando se trata de um trabalho de conclusão, ser intensa pode ser muito bom. Foi por me

entregar e me dedicar de corpo e alma à este trabalho que hoje, me sinto muito orgulhosa da minha trajetória desde agosto de 2020, quando iniciei meu projeto de pesquisa, até novembro de 2021, quando finalizei o tcc. Postar este trabalho no dia 22 de novembro, dia do meu aniversário, sem dúvidas foi um dos maiores presentes que eu poderia ter, pois foi através do meu tcc que enxerguei o quanto eu sou capaz. A Unisinos me presenteou com a lista de aprovados no vestibular de 2017/1 no dia do meu aniversário lá em 2016, e hoje me presenteia com mais uma conquista: a entrega do meu tcc. Agora só falta o canudo! E que ele venha com o mesmo amor e dedicação deste trabalho e destes 4 anos de publicidade.

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo analisar o figurino das protagonistas da série Coisa Mais Linda. Para que isso pudesse ser feito, foi necessário trazer à tona a história da moda no Brasil após a 2ª Guerra Mundial e nos anos 50 e suas influências. Nesta “viagem” pelas décadas de 40 e 50, vamos conhecer o que naquela época era tendência, quais foram os grandes e importantes estilistas e nomes naquela época, assim como a importância de grandes mulheres na década de 40 e 50 e que tanto influenciaram no figurino das personagens da série. Para dar um toque de brasilidade, viajaremos por uma breve história do surgimento do rádio e da tv no Brasil, enaltecendo três grandes mulheres brasileiras muito importantes nesta história. Por fim, um estudo da cor foi feito para trazer à tona seus respectivos significados para que, no momento na análise, cores, silhuetas, brasilidade e glamour pudessem se juntar e formarem um só figurino.

Palavras-Chave: Figurino; Anos Dourados; Cor; Mulheres; Coisa Mais Linda.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Revista “O Cruzeiro”, em uma de suas edições na década de 40.....	15
Figura 2 – Garotas do Alceu ilustram a moda nacional.....	44
Figura 3 - Garotas do Alceu ilustram a moda nacional.....	45
Figura 4 - Garotas do Alceu ilustram a moda nacional.....	45
Figura 5 - Garotas do Alceu ilustram a moda nacional.....	46
Figura 6 - “Garotas” em clima de Carnaval.....	49
Figura 7 – Coluna “Garotas”, de Alceu Penna, em clima de Festa Junina.....	50
Figura 8 - Coluna “Garotas”, de Alceu Penna, em clima de Festa Junina.....	51
Figura 9 – “Garôtas e maiôs” de Alceu Penna.....	51
Figura 10 - “Garôtas e maiôs” de Alceu Penna.....	52
Figura 11 – Princesa da Disney Cinderela.....	89
Figura 12 – Classificação das cores.....	104
Figura 13 – Cores luz-secundárias.....	104
Figura 14 - Cores pigmento-secundárias.....	104
Figura 15 – Cores terciárias.....	105
Figura 16 – Cores complementares.....	105
Figura 17 – Cores da marca McDonalds.....	113
Figura 18 – Variedade de produtos de higiene e limpeza.....	115
Figura 19 - A presença do rosa nas embalagens de doces.....	115
Figura 20 – Malu.....	131
Figura 21 – Adélia.....	132
Figura 22 – Thereza.....	133
Figura 23 – Lígia.....	134
Figura 24 – Ivone.....	135
Figura 25 – Trailer/resumo de um episódio da série Coisa Mais Linda.....	139
Figura 26 – Abertura da série Coisa Mais Linda.....	140
Figura 27 – Paleta de cores referente à personagem Malu.....	142
Figura 28 – Frames demonstrando a paleta de cores de Malu.....	163
Figura 29 - Discurso de Malu na rádio sobre a morte da amiga Lígia por conta de um casamento tóxico e abusivo.....	165
Figura 30 – Paleta de cores referente à personagem Adélia.....	166
Figura 31 - Paleta de cores referente à personagem Thereza.....	168

Figura 32 – Paleta de cores referente à personagem Lígia.....	172
Figura 33 – Paleta de cores referente à personagem Ivone.....	174

LISTA DE FOTOGRAFIAS

Fotografia 1 - <i>Tailleur Bar em foto original da época</i> , usando a tendência criada por Christian Dior: <i>New Look</i>	12
Fotografia 2 – Desfile da apresentação do <i>New Look</i>	12
Fotografia 3 – Dior <i>New Look</i>	13
Fotografia 4 – Mulheres na década de 40 utilizando os “ <i>tailleurs</i> ”, o modismo/tendência da época.....	16
Fotografia 5 - As mulheres e as vestimentas da década de 40.....	17
Fotografia 6 – As “falsas meias” por conta da escassez do náilon do mercado.....	18
Fotografia 7 – Turbantes usados na década de 40.....	19
Fotografia 8 – Penteados década de 40.....	19
Fotografia 9 – Penteados década de 40.....	20
Fotografia 10 – Mena Fiala promotora de desfiles de manequins no Brasil.....	22
Fotografia 11 – Mena Fiala promotora de desfiles de manequins no Brasil.....	23
Fotografia 12 - D. Mena Fiala e sua irmã Cândida Gluzman.....	24
Fotografia 13 – Modelos se preparando para o desfile.....	26
Fotografia 14 - Modelo apresentando um dos luxuosos vestidos da Casa Canadá em uma noite de desfile.....	27
Fotografia 15 - Juscelino e Sarah Kubitschek, em uma noite de desfile da Casa Canadá no ano de 1956. Canadá de Luxe era frequentada por pessoas da alta elite e de todos os lugares do Brasil.....	28
Fotografia 16 – Desfile na casa Canadá.....	30
Fotografia 17 – Modelos durante o desfile.....	30
Fotografia 18 – Modelos durante o desfile na Casa Canadá.....	31
Fotografia 19 - Um vestido de Christian Dior sendo desmontado na Casa Canadá para que as técnicas usadas na costura do mesmo fossem estudadas pelos costureiros da boutique.....	32
Fotografia 20 – Sarah e Juscelino Kubistchek na inauguração de Brasília.....	33
Fotografia 21 – Memórias da cidade: a imortal elegância de Sarah Kubitschek.....	34
Fotografia 22 – Memórias da cidade: a imortal elegância de Sarah Kubitschek.....	34
Fotografia 23 - Ao centro, Dener Pamplona com as modelos Leilah Assumpção (à esquerda), e Marilu e Jô à sua direita. A foto foi tirada em 1968.....	36

Fotografia 24 – Dener Pamplona de Abreu.....	37
Fotografia 25 - Dener Pamplona na Casa Canadá.....	38
Fotografia 26 - Dener Pamplona no casamento de Elis Regina e Ronaldo Bôscoli. O vestido de Elis foi feito por Dener.....	39
Fotografia 27 - A primeira-dama Maria Thereza Goulart acompanhada de Dener Pamplona.....	40
Fotografia 28 – Alceu Penna desenhando suas colunas.....	43
Fotografia 29 – Carmen Miranda: A Embaixatriz do Samba.....	48
Fotografia 30 – Especial LaRegina.....	48
Fotografia 31 – Hebe Camargo quando era reconhecida como a “moreninha do samba”.....	57
Fotografia 32 - programa de Hebe “O Mundo é das Mulheres”. Na foto, Hebe e mais suas 4 convidadas mulheres, com o convidado e entrevistado ao meio.....	61
Fotografia 33 – Hebe em seu programa no SBT em 1986.....	62
Fotografia 34 – Dona Ivone Lara no Hospital Engenho de Dentro, no Rio de Janeiro, onde exercia a profissão de enfermeira e assistente social.....	64
Fotografia 35 - Dona Ivone Lara abraçando Maria Bethânia e Gal Costa.....	66
Fotografia 36 - Dona Ivone Lara, já com mais idade, cantando na quadra da Império Serrano, sua escola do coração.....	66
Fotografia 37 - Elza Soares e a mãe Rosária na favela de Água Santa – Rio de Janeiro.....	68
Fotografia 38 – Elza cantando nos anos 60.....	71
Fotografia 39 - Elza em um show em Brasília em 2010.....	73
Fotografia 40 – Audrey Hepburn usando a tendência godê.....	75
Fotografia 41 - Audrey Hepburn usando a tendência godê.....	75
Fotografia 42 - Marilyn Monroe.....	77
Fotografia 43 – Marilyn Monroe.....	77
Fotografia 44 – Marilyn Monroe.....	78
Fotografia 45 – Marilyn Monroe e Jane Russel.....	79
Fotografia 46 – Cantora Maysa em 1958.....	80
Fotografia 47 – Surgimento do sutiã com almofada.....	81
Fotografia 48 – Carmen Miranda em 1947.....	82
Fotografia 49 – Vestidos da década de 50.....	83

Fotografia 50 – Marilyn Monroe nos anos 50.....	84
Fotografia 51 – Modelo com mangas três quartos.....	85
Fotografia 52 – Modelo com mangas três quartos.....	85
Fotografia 53 – Audrey Hepburn usando calça capri.....	86
Fotografia 54 – Audrey Hepburn usando calça capri.....	86
Fotografia 55 – Cena do filme “A princesa e o plebeu”	87
Fotografia 56 – Cenas do filme “A princesa e o plebeu”	88
Fotografia 57 – Imagens do figurino do filme “A princesa e o plebeu”	88
Fotografia 58 – Imagens do figurino do filme “A princesa e o plebeu”	88
Fotografia 59 - Brigitte Bardot em “E Deus Criou a Mulher”	90
Fotografia 60 - Os despojados cabelos louros “com franjinha” de Brigitte Bardot, e os sedutores e realçados olhos através do lápis preto.....	91
Fotografia 61 - Os despojados cabelos louros “com franjinha” de Brigitte Bardot, e os sedutores e realçados olhos através do lápis preto.....	91
Fotografia 62 - Brigitte usando o look queridinho das mulheres mais jovens dos anos 50 (que é um “xodozinho” da mulherada” até hoje): calça capri e t-shirt.....	92
Fotografia 63 - Brigitte usando o look queridinho das mulheres mais jovens dos anos 50 (que é um “xodozinho” da mulherada” até hoje): calça capri e t-shirt.....	92
Fotografia 64 – Moda praia anos 50.....	93
Fotografia 65 – Moda praia anos 50.....	93
Fotografia 66 - Martha Rocha, eleita a primeira Miss Brasil em 1954, com o maiô tendência dos anos 50.....	94
Fotografia 67 – Casacos e acessórios da década de 50.....	95
Fotografia 68 – Casacos e acessórios da década de 50.....	95
Fotografia 69 – Acessórios dos anos 50.....	96
Fotografia 70 – Breve linha do tempo sobre a moda nos anos 50.....	96
Fotografia 71 - A atriz Audrey Hepburn representa os cabelos curtos com franjinha e meio ondulados, assim como também utilizava muito o delineado gatinho.....	98
Fotografia 72 - A atriz Audrey Hepburn representa os cabelos curtos com franjinha e meio ondulados, assim como também utilizava muito o delineado gatinho.....	98

Fotografia 73 - A atriz Audrey Hepburn representa os cabelos curtos com franjinha e meio ondulados, assim como também utilizava muito o delineado gatinho.....	99
Fotografia 74 – Brigitte Bardot era a personificação da sensualidade e do empoderamento feminino em 1950.....	100
Fotografia 75 – Brigitte Bardot era a personificação da sensualidade e do empoderamento feminino em 1950.....	100
Fotografia 76 - Brigitte Bardot era a personificação da sensualidade e do empoderamento feminino em 1950.....	100
Fotografia 77 – Imagem que representa a classificação de cores quentes.....	106
Fotografia 78 – Imagem que representa a classificação de cores frias.....	106
Fotografia 79 – Imagem que representa a classificação de cores neutras.....	107
Fotografia 80 – Imagem que representa a classificação de cores pastéis.....	107
Fotografia 81 - A imagem do filme o Auto da Compadecida mostra a influência das cores quentes tanto no figurino, quanto no cenário da obra.....	109
Fotografia 82 - A imagem acima mostra três figurinos de personagens da primeira fase da novela Velho Chico, exibida pela Rede Globo. 70% das cenas foram gravadas no nordeste, predominando as cores quentes tanto no cenário, quanto no figurino.....	110
Fotografia 83 - A imagem acima mostra três figurinos de personagens da primeira fase da novela Velho Chico, exibida pela Rede Globo. 70% das cenas foram gravadas no nordeste, predominando as cores quentes tanto no cenário, quanto no figurino.....	110
Fotografia 84 - A imagem acima mostra três figurinos de personagens da primeira fase da novela Velho Chico, exibida pela Rede Globo. 70% das cenas foram gravadas no nordeste, predominando as cores quentes tanto no cenário, quanto no figurino.....	110
Fotografia 85 - A série “Doce de Mãe” gravada em Porto Alegre e também exibida pela Rede Globo, contava com o figurino mais voltado para as cores frias, com muita utilização de azul e verde.....	111
Fotografia 86 – Novas embalagens McDonalds.....	113
Fotografia 87 – Cores do McDonalds.....	114
Fotografia 88 - Banner da primeira temporada da série Coisa Mais Linda.....	136
Fotografia 89 - Imagem da segunda temporada da série.....	137

Fotografia 90 - Adélia e Malu na noite de abertura do tão sonhado clube de música nomeado de “Coisa Mais Linda.....	137
Fotografia 91 – “Bem-vinda ao Rio”.....	142
Fotografia 92 – “Bem-vinda ao Rio”.....	142
Fotografia 93 – “Bem-vinda ao Rio”.....	143
Fotografia 94 - “Bem-vinda ao Rio”.....	144
Fotografia 95 - “Bem-vinda ao Rio”.....	144
Fotografia 96 - “Bem-vinda ao Rio”.....	145
Fotografia 97 - “Bem-vinda ao Rio”.....	146
Fotografia 98 - “Bem-vinda ao Rio”.....	146
Fotografia 99 - “Bem-vinda ao Rio”.....	146
Fotografia 100 - “Bem-vinda ao Rio”.....	147
Fotografia 101 – “As sonhadoras”.....	149
Fotografia 102 – “As sonhadoras”.....	149
Fotografia 103 – “Desapego”.....	150
Fotografia 104 – “Desapego”.....	151
Fotografia 105 – “Fantasmas do Natal passado”.....	151
Fotografia 106 – “Sobre Viver”.....	152
Fotografia 107 – “Sobre Viver”.....	152
Fotografia 108 – “As consequências”.....	154
Fotografia 109 – “As consequências”.....	154
Fotografia 110 – “Jeitinho Carioca”.....	155
Fotografia 111 – “Jeitinho Carioca”.....	155
Fotografia 112 – “As sonhadoras”.....	156
Fotografia 113 – “As consequências”.....	157
Fotografia 114 – “Só as mulheres”.....	157
Fotografia 115 - “Só as mulheres”.....	158
Fotografia 116 - “Só as mulheres”.....	158
Fotografia 117 – “Só as mulheres”.....	159
Fotografia 118 – “Sobre Viver”.....	161
Fotografia 119 – “Sobre Viver”.....	161
Fotografia 120 – “Sobre Viver”.....	161
Fotografia 121 – “Garotas não são bem-vindas”.....	171
Fotografia 122 – “Garotas não são bem-vindas”.....	171

SUMÁRIO

1 PELAS CURVAS DE COPACABANA: UMA INTRODUÇÃO SOBRE ESTE TRABALHO	7
2 DA GUERRA AO GLAMOUR: A HISTÓRIA DA MODA NO BRASIL E SUAS INFLUÊNCIAS NA DÉCADA DE 40	11
3 “MADE IN BRAZIL”: A LUXUOSA CASA CANADÁ E SUA INFLUÊNCIA NA MODA BRASILEIRA.	21
4 ALCEU PENNA: COR, BRASILIDADE E A CONSTRUÇÃO DE UM NOVO FEMININO ATRAVÉS DE SEU TRAÇO.....	42
5 “O MUNDO É DAS MULHERES?”: O PROTAGONISMO FEMININO DE ARTISTAS ESSENCIAIS PARA O BRASIL.....	54
6 DO GODÊ À SILHUETA: A REVOLUÇÃO DA MODA NOS ANOS DOURADOS.	74
7 ESTENDENDO O TAPETE VERMELHO PARA AS CORES PASSAREM.	102
8 SENHORAS E SENHORES, NO PALCO DO COISA MAIS LINDA: METODOLOGIA!	128
8.1 Coisa mais linda falar sobre mulheres fortes	130
9 BELAS, RECATADAS, LIVRES E DO BAR: UMA ANÁLISE DO FIGURINO DAS PROTAGONISTAS DA SÉRIE COISA MAIS LINDA.	139
9.1 Mais uma dose de martini: uma análise complementar das demais personagens da série Coisa Mais Linda.	165
10 “NUM DOCE BALANÇO À CAMINHO DO BAR”: CONSIDERAÇÕES FINAIS	176
REFERÊNCIAS.....	179

1 PELAS CURVAS DE COPACABANA: UMA INTRODUÇÃO SOBRE ESTE TRABALHO

Quando assistimos à uma série, uma novela, um filme, ou até mesmo um clipe de uma banda ou artista que gostamos muito, geralmente prestamos muita atenção na narrativa e no contexto que está presente ali naquele audiovisual. O que muitas vezes as pessoas não percebem é que, tudo que ali está inserido, desde maquiagem, cabelo, figurino e cenário, são pensados nos mínimos detalhes para que contexto, cenário e figurino “falem a mesma língua”.

Nada é por acaso no audiovisual. O figurino escolhido representa aquele artista que irá vesti-lo, as cores do mesmo são pensadas com muito critério, respeitando o contexto a ser abordado, e principalmente, que a junção de figurino + cor faça relação com a personalidade do personagem ou artista e o que ele quer representar através daquele figurino naquela série, filme, novela ou clipe.

Confesso que eu, como autora deste trabalho, só fui entender a importância disso tudo no momento em que cursei as disciplinas de Projeto Audiovisual, quando fiquei responsável pelo figurino das personagens do curta metragem que iríamos produzir, e Identidade Visual, em que tive o desafio de criar uma identidade visual do zero, levando em conta cada cor, elemento e tipografia que nela estariam inseridos. Foi nestas duas cadeiras da faculdade, no ano de 2020, que pude perceber o quanto muita coisa está por trás não somente do audiovisual, como da publicidade, e muitas pessoas não se dão por conta. Logo, relacionei tudo aquilo com a minha série preferida, Coisa Mais Linda, e quis transformar as experiências adquiridas naquelas duas disciplinas em aprofundamento para o meu tcc.

Para criar uma marca que aos olhos do público seja agradável, e ao mesmo tempo não fuja da identidade de uma empresa, é preciso estudar muito e pensar minuciosamente em cada detalhe. Cada cor representa um significado, e isso influencia, e muito, na construção de uma marca. Da mesma forma acontece no audiovisual. Através desta pesquisa, em que falo da minha série favorita, Coisa Mais Linda, um seriado brasileiro exibido pela Netflix com duas temporadas, muito pesquisei e me aprofundei para poder analisar cada

personagem e ligar com qual artista dos anos 50 as mesmas possuíam ligação, quais eram as paletas de cores de cada protagonista e porque elas possuíam essa paleta. Pesquisando, também pude entender a importância de uma silhueta e o que cada tipo de figurino, juntamente com a paleta de cor de cada personagem, representam para aquele personagem e principalmente, para a personalidade daquela protagonista.

Portanto, tenho como o meu problema de pesquisa entender como as cores de um figurino influenciam na personalidade de um personagem, assim como, compreender qual é a influência da moda em um personagem através do seu figurino. Como estes aspectos citados acima influenciam? Como cor e figurino constroem a personalidade de um personagem? A partir do meu problema de pesquisa, tenho como objetivo geral analisar a paleta de cores das protagonistas da série Coisa Mais Linda, juntamente com seus respectivos figurinos, para entender o quanto aquelas peças em cores específicas para cada uma delas, dizem muito sobre quem elas são e como elas agem. Resumindo: analisar o quanto um figurino influencia na personalidade de um personagem. Como objetivos específicos classifiquei: a) Compreender o estudo das cores e seus respectivos significados; b) Pesquisar a história da moda para entender a importância de cada peça utilizada a partir dos anos 40 até os anos 50; c) Conhecer o que era tendência nos anos 50, quem utilizava e quem influenciava as mulheres naquela época; e por fim, d) Analisar de que maneira a influência dessas tendências e mulheres dos anos 50, juntamente com a paleta de cores estabelecida para cada protagonista, constroem a personalidade das personagens e o que elas representam na série.

Através do meu referencial teórico, iniciando pelo capítulo 2, tenho como objetivo mostrar um pouco de como era a moda pós 2ª Guerra Mundial. Quais eram as tendências, os principais nomes e influências daquela época. Através do livro "A História da Moda no Brasil", de Gilda Chataignier, autora que eu mais busquei referências para falar e entender sobre a história da moda especificamente em nosso país, falarei o que se usava no momento, porque se usava e quem usava. No capítulo 3, apresento à vocês a Casa Canadá: o berço da moda brasileira. Era lá que as mulheres mandavam fazer os mais lindos vestidos dos anos 40 até os anos 60, com base no livro da jornalista Cristina Seixas, que conta toda a história da Maison carioca, juntamente com o auxílio

de alguns autores complementares por meio de seus artigos. Através de muita alta-costura, meu objetivo no capítulo 3 é dar notoriedade à história da Casa Canadá, empreendimento tão importante para a moda brasileira.

Já no capítulo 4, quem é enaltecido é Alceu Penna, um dos maiores estilistas, desenhistas e colunistas do nosso país. Ele foi responsável por recriar a moda brasileira através de estampas, e adaptando aqueles modelos tão copiados da França ao clima tropical do Brasil. Além de criar figurinos belíssimos, como os de Carmen Miranda, através de suas colunas em revistas e jornais Alceu empoderava as mulheres que, naquela época, eram muito submissas aos maridos, casa e filhos. No capítulo 5, trago uma breve história da chegada do rádio e da tv no Brasil, e assim como cito Alceu no capítulo anterior trazendo sua grande influência e importância, o capítulo 5 tem como objetivo apresentar a história de Hebe Camargo, Elza Soares e Ivone Lara, ambas descobertas no rádio, e com base nas biografias escritas por Arthur Xexéo, Zeca Camargo, e autores complementares, enaltecer a importância destas três grandes mulheres muito à frente do tempo na década de 50.

Também com base no livro de Gilda Chataignier, que conta especificamente a história da moda de cada década no Brasil, o capítulo 6 apresenta como era a moda nos anos dourados, quem eram as maiores influências femininas naquela época, o que estava em alta e porque estava em alta. Depois de muito mostrar a importância de grandes influências, não somente na moda, como na música e nos meios de comunicação, o capítulo 7, o mais colorido desta pesquisa, traz à tona 11 cores e seus respectivos significados com base na autora Eva Heller e no artigo de Staffa, Stamato e Voz Zeidler. Além disso, com base no livro de Modesto Farina, "Psicodinâmica das Cores", o capítulo 7 mostra a importância das cores na publicidade e no audiovisual. Finalizando o referencial teórico, no capítulo 8, apresento os tipos de métodos utilizados por mim nesta pesquisa, e o capítulo 8.1 dá aquele gostinho de como será a análise deste trabalho, apresentando cada uma das protagonistas que serão analisadas posteriormente.

Dentro da metodologia encontram-se duas análises: a análise principal e a análise complementar. Na análise principal, o objetivo é analisar a personagem Malu por meio de frames específicos retirados da Netflix. Na análise complementar, o objetivo é analisar de forma mais breve, as demais

protagonistas da série, e assim como na análise da personagem Malu, mostrar a paleta de cores criada por mim para cada uma delas, mostrando o porquê da escolha destas paletas e dos figurinos, ligando com as referências trazidas no referencial teórico.

No próximo capítulo, iniciaremos essa “viagem” pela história da moda, aterrissando no Brasil, em meados de 1940, após a 2ª Guerra Mundial. Desejo à todos que essa viagem seja a “coisa mais linda”!

2 DA GUERRA AO GLAMOUR: A HISTÓRIA DA MODA NO BRASIL E SUAS INFLUÊNCIAS NA DÉCADA DE 40

A Segunda Guerra Mundial teve início na Europa no ano de 1939. Segundo Gilda Chataignier (2010), em meio a um cenário intensamente sangrento, em que de um lado estavam os nazistas, e do outro as nações democráticas europeias e os Estados Unidos que foi crucial no apoio aos europeus, pois este amparo foi decisivo para que em 1945, a guerra tivesse fim. Também de acordo com Gilda Chataignier (2010), o final da Segunda Guerra Mundial foi determinante para que não só o mundo todo se revolucionasse e se reinventasse, como também a moda. Na década de 30, segundo Mariana Boscarol (2021a), além do início do conflito que envolvia o mundo, a moda sofreu muito com o reflexo da crise mundial por conta da queda da bolsa de valores de New York em 1929. A influência de tantos fatores negativos na moda dos anos 30, deu espaço para que, a partir de 1945, as coisas começassem a se revolucionar.

Para Gilda Chataignier (2010), Paris, mais uma vez, torna-se a fonte para que tudo aconteça e comece a mudar. No Brasil, mais especificamente no Rio de Janeiro, capital brasileira naquela época, o berço da moda ficava localizado na Casa Canadá, a qual terá um capítulo específico no meu trabalho para abordar essa grande influência da moda brasileira, que era considerada um pouco da luxuosa Paris no Brasil. Apesar de toda a efervescência por novas tendências, mudança e revolução ainda havia um vazio muito grande que o pós-guerra havia deixado para a moda (CHANTAIGNIER, 2010).

O grande passo para a revolução foi de Christian Dior, importante estilista francês e fundador de uma das mais famosas empresas de moda do mundo: a Dior. Suas armas não causaram feridas, morte ou sangue, pois ele trabalhou com tesouras e diversas modelagens para que a moda tomasse um “novo rumo” (CHANTAIGNIER, 2010). Segundo Gilda Chataignier (2010), o objetivo de Christian Dior era, antes de tudo, criar uma nova mulher, na qual as cicatrizes da guerra iriam se apagar. Em um pequeno desfile em seu ateliê Dior apresentou essa “nova mulher” à imprensa, que seria bem-vestida, elegante e inovadora. O *New Look* (um novo olhar), sua nova tendência que revolucionária a moda após

um período tão difícil, para uma jornalista americana presente em seu desfile, seria coroado como o maior e melhor look da década (CHATAIGNIER, 2010).

As características do *New Look* eram sem dúvida um conceito revolucionário, e de ponto de vista de confecção, design, formas e estilo apresentavam aspectos inovadores e sutis; entre eles destacamos os seios elevados e arredondados, a cintura marcada, os quadris disfarçados, os ombros estreitos e pernas pouco visíveis; o comprimento da saia era de 30cm acima do solo. Todos esses detalhes rompiam com os dogmas da época, pois tinham como princípio uma evolução linear de modelos e estilos (CHATAIGNIER, 2010, p 122).

Fotografia 1 - *Tailleur Bar* em foto original da época, usando a tendência criada por Christian Dior: *New Look*.



Fonte: Hess (2021).

Fotografia 2 – Desfile da apresentação do *New Look*.



Fonte: Hess (2021).

Fotografia 3 – Dior New Look.



Fonte: Hess (2021).

A construção das peças era complexa: metros e mais metros de tecidos bem cortados e costurados com minuciosidade. Suas camadas exteriores dependiam de estruturas internas para elaborar a forma. Em tempos de prêt-à-porter, Christian Dior mostrou a sofisticação da alta costura. Seus trajes eram produzidos sob medida (e de maneira impecável) por uma grande força de trabalho (HESS, 2021).

Surge um novo ideal feminino pós-guerra. Para Chataignier (2010), era a volta da “feminilidade da mulher”, trazendo nas peças de roupas e modelagens, ideais românticos, de beleza e glamour à tona. O visual “adulto sofisticado” da década de 30, deu lugar a cintura afinada, busto realçado, pernas (um pouco mais) de fora e ombros expostos em vestidos “tomara que caia”, também segundo Chataignier (2010). Após tanto tempo reclusas, vivendo momentos extremamente aterrorizantes, a ocasião era de enaltecer a beleza feminina

através de suas próprias vestimentas. E apesar da sociedade ser muito machista naquela época, acredite, isso tudo era muito inovador.

“Nós saímos de uma época de guerra, de uniformes, de mulheres-soldados, de ombros quadrados e de estruturas de boxeador. Eu desenho mulheres-flores, de ombros doces, bustos suaves, cinturas marcadas e saias que explodem em volumes e camadas. Quero construir meus vestidos, moldá-los sobre as curvas do corpo. A própria mulher definirá o contorno e o estilo” Christian Dior (apud HESS, 2021).

Como já diria o grande Jorge BenJor em sua música “País Tropical”, o Brasil sempre foi um país tropical, abençoado por Deus e bonito por natureza. Tanto é, como conta Gilda Chataignier (2010), que no período pós-guerra, a moda parisiense era reproduzida aqui em nosso país através de couro, lã e tecidos que não eram nada reduzidos, pois diferente da Europa, que tinha matéria prima limitada, o Brasil tinha em abundância para utilizar nos looks. Naquela época, também segundo Chataignier (2010), as referências da moda parisiense eram publicadas especialmente pelas revistas *Fon-Fon*, *A Revista Feminina*, *Jornal das Moças*, *Eu Sei de Tudo*, *O Cruzeiro*, *Vida Doméstica* e *Para Todos*. No entanto, também chegavam referências direto das revistas francesas que chegavam até o Brasil.

Lavoisier já dizia “na natureza, nada se cria, nada se perde, tudo se transforma” (LAVOISIER apud PINCELI, não datado) e era exatamente isso que acontecia naquela época para que os looks europeus fossem reproduzidos aqui no Brasil. Segundo Chataignier (2010), artimanhas foram criadas, e obtiveram um bom resultado, para que as tendências fossem utilizadas em nosso país. Também de acordo com Chataignier (2010), os modelos eram confeccionados e colocados em envelopes, moldes originais, e também de modelos de sucesso, entre eles o *New Look*, de Christian Dior, e vendidos para as lojas de tecido do Rio de Janeiro, dentre elas, especialmente para *A Seda Moderna*, *Casa Gebara* e *Ao Bicho da Seda*. Nesses envelopes, também como conta Gilda Chataignier (2010), todos os tamanhos eram oferecidos, assim como continha as instruções de como cortá-los e costurá-los. O famoso jeitinho brasileiro, não é mesmo?

Figura 1 – Revista “O Cruzeiro”, em uma de suas edições na década de 40.



Fonte: Pitta (2021).

O modismo da década de 40 (aquele look queridinho, que todo mundo tem), de acordo com Gilda Chataignier (2010), passou a ser o *tailleur*, apesar da trajetória do mesmo ter começado na década anterior. Também de acordo com Chataignier (2010), o look era composto por cores “tom sobre tom”, sempre afluado para os tons mais escuros ou com alguma presença de tons pastéis, como o bege. Hoje, pode ser chamado de “look das executivas”, pois ele é composto por um casaco e saia justa. Segundo Gilda Chataignier (2010), os *tailleurs* eram utilizados para todas as ocasiões naquele período pós-guerra. O modelo “vedete”, era chamado de “Viúva do Biriba”, e eram caracterizados por saia cinza, casaco preto e blusa branca. Chataignier (2010), conta que o apelido viúva referia-se aos encontros de mulheres para jogar baralho, no qual tinha a ausência dos homens, e eram regados à chá, biscoitos e bolos.

Fotografia 4 – Mulheres na década de 40 utilizando os “tailleurs”, o modismo/tendência da época.



Fonte: Viviane (2021).

Também de acordo com Chataignier (2010), blusas em tecidos como organza, cambraia, opala e seda marcaram a década de 40. Gilda Chataignier (2010) conta que os detalhes nas vestimentas eram dados através de jabô, pregas, rendas, “nervurinhas” e uma infinidade de botões. O branco era a cor predominante, e os tons mais claros eram os preferidos da época. A saia avulsa, justa e reta, apenas cobrindo os joelhos, era a peça “coringa” dos anos 40, e a cor predominante era o preto, também segundo Chataignier (2010). Para Chataignier (2010), o corte das roupas tinha a influência do corte dos trajes masculinos, por isso, saias e calças compridas tinham o visual mais “reto”. Os chapéus eram tendência, desde os pequenos e mais discretos, que podiam ser usados tanto normalmente, quanto na lateral da cabeça; aos mais extravagantes com penas, véus e até mesmo pássaros empalhados, também de acordo com Chataignier (2010). O famoso *voilette*, segundo Gilda Chataignier (2010), era um chapéu também muito utilizado nos anos 40: aquele famoso “veuzinho” que cobre o rosto e dá aquele ar “misterioso” nas mulheres. Para Chataignier (2010),

nos sapatos, o material que predominava era o pano e a palha, e os tipos de salto eram cortiça ou sisal.

Para finalizar este pequeno e breve resumo sobre as tendências da moda pós-guerra, mas não menos importante, não podemos esquecer das “falsas meias”. De acordo com Gilda Chataignier (2010), por conta da ausência do náilon no mercado, as francesas criaram uma forma de “simular” a utilização das mesmas. Segundo Chataignier (2010), elas faziam um risco com *crayon*, tinta utilizada para pintar as sobrancelhas, para imitar a costura das meias na parte de trás das panturrilhas. Também de acordo com Chataignier (2010), as bolsas eram grandes e com esconderijos para acobertar tudo aquilo que era proibido pelos nazistas. E os cabelos, como estavam mais compridos, eram utilizados com cachos, semipreso ou coques no alto da cabeça, como conta Gilda Chataignier (2010),

Fotografia 5 - As mulheres e as vestimentas da década de 40.



Fonte: Menteflutuante (2010).

Fotografia 6 – As “falsas meias” por conta da escassez do náilon do mercado.



Fonte: Menteflutuante (2010).

Os penteados predominavam os cabelos mais alongados e soltos, com apenas uma parte do cabelo preso para realçar o rosto. Eram também utilizados turbantes e chapéus para agregar a composição. Com a escassez de produtos gerada pela 2ª Guerra Mundial, a maquiagem era mais leve, de forma natural e sem excessos de produtos (CHATAIGNIER, 2010).

Fotografia 7 – Turbantes usados na década de 40.



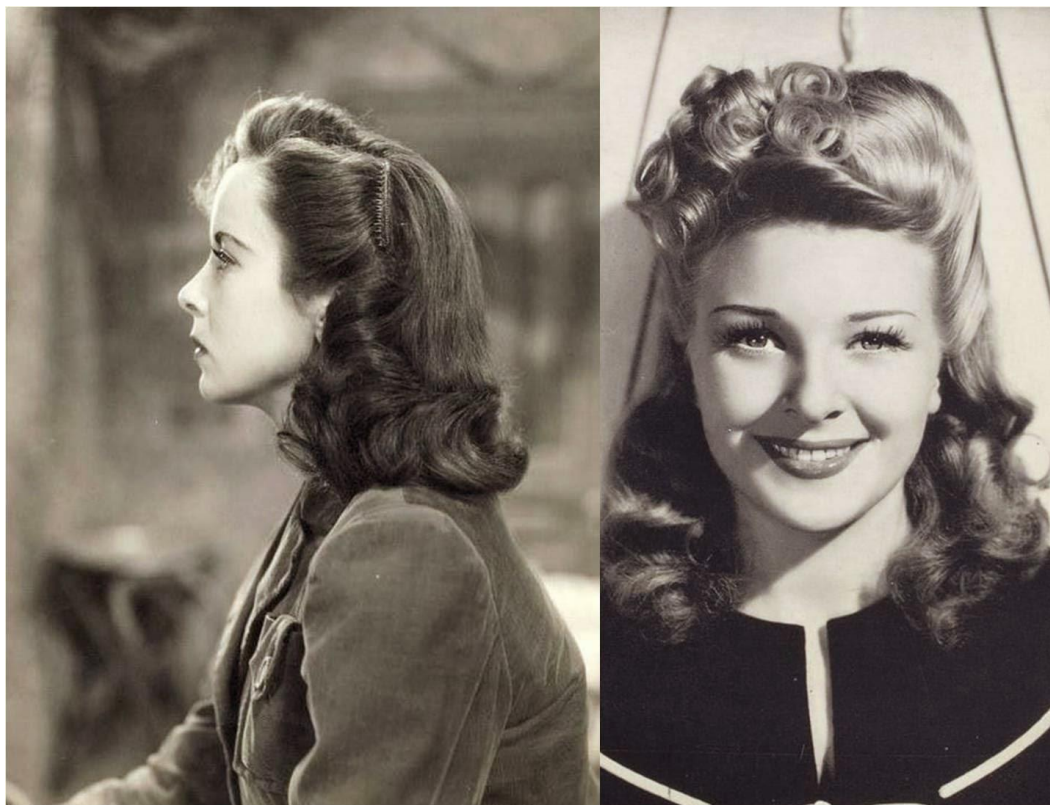
Fonte: Menteflutuante (2010).

Fotografia 8 – Penteados década de 40.



Fonte: Menteflutuante (2010).

Fotografia 9 – Penteados década de 40.



Fonte: Menteflutuante (2010).

A presença de turbantes em penteados na década de 40, como conta Gilda Chataignier (2010), também era uma grande tendência. O mesmo teve influência como acessório feminino por ninguém mais, ninguém menos, que Carmen Miranda, ícone feminino que inspirava muitas mulheres da época, e que irei mencionar posteriormente em minha pesquisa. A “pequena notável” também foi uma grande influência na moda brasileira, levando a cultura e os trajes brasileiros para o exterior.

Outra grande influência, e podemos chamar até de “berço brasileiro” da moda entre os anos 40 e 60, ainda mais forte nos anos 50, foi a Casa Canadá. Localizada na Avenida Rio Branco, esquina com a Rua da Assembleia, no centro do Rio de Janeiro, a Casa Canadá foi a boutique de alta-costura mais importante no período dos anos 40 aos anos 60. No próximo capítulo, contarei um pouco mais da importância desta grande influência para a moda brasileira, seus grandes nomes e toda sua brasilidade (CHATAIGNIER, 2010),

3 “MADE IN BRAZIL”: A LUXUOSA CASA CANADÁ E SUA INFLUÊNCIA NA MODA BRASILEIRA

Quando se fala em Casa Canadá, logo se remete a D. Mena Fiala, grande nome e influência da moda brasileira nas décadas de 50 e 60, e que muito contribuiu para o sucesso da Casa Canadá (BOSCARIOL, 2021e). Porém, a história deste grande estabelecimento começa antes mesmo dos “toques” indispensáveis deste grande nome da moda brasileira. Segundo Conceição e Mori (2015), a Casa Canadá foi fundada em 1929, na rua Gonçalves Dias, centro do Rio de Janeiro, pelo empresário russo Jacob Peliks. Nesta época, Jacob viveu a “febre” dos casacos, estolas de pele e chapéus, sendo, segundo Cristina Seixas (2015), a primeira casa de peles do Brasil. Posteriormente, também segundo Cristina Seixas (2015), Peliks transferiu a loja para a rua Sete de Setembro, no intuito de diversificar e inovar seus produtos, acrescentando a seção de atacado, e incluindo roupas importadas, tecidos, feltros, palhas e flores, e fornecendo seus produtos para ateliês e chapeleiros. De acordo com Mariana Boscariol (2021e), por conta da abertura de uma chapelaria também na rua Sete de Setembro, centro do Rio, em meados de 1929, Jacob Peliks conheceu as irmãs Mena Fiala e Cândida Gluzman, que trabalhavam com materiais de alta qualidade, e já tinham cativado grandes nomes da elite carioca para o estabelecimento.

Com isso, Peliks convidou as irmãs, que já faziam muito sucesso no comércio com a elite carioca, para assumirem a administração da nova loja, que segundo Mariana Boscariol (2021e), inauguraria no novo endereço que o empresário havia transferido o estabelecimento (rua Sete de Setembro), em meados de 1935. Mas o grande “gatilho”, o “boom” da Casa Canadá, de acordo com Cristina Seixas (2015), aconteceu em 01 de julho de 1944, quando a Casa Canadá de Luxe foi inaugurada na Avenida Rio Branco, esquina com a rua da Assembleia, tornando-se a *Maison* mais querida e desejada pelas mulheres da elite carioca.

Mas afinal, quem foi Mena Fiala, mulher de extrema importância na história da Casa Canadá, e de grande influência na moda brasileira? Segundo Seixas (2015), Mena Fiala é considerada a decana da moda no Brasil, pois atuou

no mercado por mais de 70 anos, tornando-se um dos nomes mais expressivos da história da moda brasileira. Também segundo Cristina Seixas (2015), D. Mena Fiala se destacava no mercado da moda por ser uma exigente profissional, e tinha entre suas muitas características e qualidades, a vontade de encontrar novos caminhos e opções para o desenvolvimento da moda brasileira, sempre preocupada em qualificar e valorizar a mão de obra nacional. “Inspirar-se na França ou na Itália não quer dizer que não se tenha espírito criador... Sábios, cientistas, artistas e literatos não buscam sabedoria nos quatro cantos do mundo?”, dizia Mena Fiala, segundo Cristina Seixas (2015, p. 31).

Fotografia 10 – Mena Fiala promotora de desfiles de manequins no Brasil.



Fonte: Boscarol (2021e).

Fotografia 11 – Mena Fiala promotora de desfiles de manequins no Brasil.



Fonte: Boscaril (2021e).

Fotografia 12 - D. Mena Fiala e sua irmã Cândida Gluzman.



Fonte: Boscarior (2021e).

Segundo Mariana Boscarior (2021e), D. Mena nasceu em 05 de julho de 1908 em Petrópolis – Rio de Janeiro, e era filha dos italianos Caetano Selleri e Argea Pagani Selleri, que a batizaram de “Philomena Pagani Selleri”, mas que ficou mais conhecida como “Mena”. Segundo Seixas (2015) a diretora geral da Casa Canadá viveu a infância e a adolescência na cidade serrana onde nasceu e sua convivência com a moda deu-se desde cedo, quando juntamente com a irmã Cândida, montaram a chapelaria no centro da cidade maravilhosa, como já citado anteriormente aqui neste capítulo. Muito inovadora e autêntica, de acordo com Cristina Seixas (2015), quando ingressou na Casa Canadá, D. Mena teve a ideia de apresentar as clientes muito mais do que apenas tecidos e peles de forma exposta. Foi a partir deste momento que surgiram os primeiros desfiles de

moda brasileiro, quando Mena Fiala investiu na contratação de moças, e as mesmas seriam treinadas por ela, para desfilarem com as peças da *Maison* carioca para as clientes. O primeiro grande desfile aconteceu em 1944, na inauguração da loja na Avenida Rio Branco, tornando a Casa Canadá de Luxe um exemplo de organização e pontualidade, de acordo com Seixas (2015).

[...] como eu tinha visto no cinema passar manequins, achei uma beleza!... A inauguração da Canadá foi assim, uma bomba na cidade... eu disse: "...vamos convidar a imprensa", porque eu lia no jornal que em Paris se fazia uma *Première* para a imprensa... então disse ao meu Jacob "nós vamos fazer uma *Première* a imprensa". Convidamos todos os jornalistas... não eram só de moda... jornalistas em geral. Era importante ter nomes conhecidos para a *Première* da inauguração da Canadá [...] (SEIXAS, 2015, p.33).

Conforme Seixas (2015), Mena foi diretora da Casa Canadá durante 35 anos, e na época a mesma lidava com criações parisienses. Apesar disso, Mena sempre apurou mais o seu gosto e seu estilo, sentindo a necessidade de incorporar no meio nacional este aprendizado e desenvolvendo diferentes métodos de trabalho e de interpretação que a consolidaram a pioneira em diversos segmentos ligados à moda. Entre as suas inovações na moda brasileira, também segundo Seixas (2015), destacavam-se os métodos de apresentação das peças da Casa Canadá, que eram inusitados para a época, executados por "manequins vivos", como D. Mena as chamava (as mulheres contratadas e treinadas por ela, como citado no parágrafo acima), para lançarem a cada nova estação que entrasse, acompanhado da imprensa, as novas coleções da Casa Canadá de Luxe.

Era tanta inovação para aquela época, que segundo Mariana Boscaroli (2021e), a irmã de Mena, Cândida, chegava a ir até cinco vezes no ano fazer compras em Paris. As irmãs passaram a não disponibilizar somente modelos da alta-costura francesa, como também começaram a criar e reproduzir outros tantos modelos que tinham a assinatura da Casa Canadá de Luxe. "Quando eu recebia um convite para uma festa, na mesma tarde já saía correndo para comprar um vestido novo. Era assim com todo mundo: para cada jantar, uma roupa. A Casa Canadá de Luxe era uma delícia", conta Martha Rocha, a primeira Miss Brasil, em sua biografia, de acordo com Mariana Boscaroli (2021e).

Fotografia 13 – Modelos se preparando para o desfile.



Fonte: Boscariol (2021b).

Fotografia 14 - Modelo apresentando um dos luxuosos vestidos da Casa Canadá em uma noite de desfile.



Fonte: Boscarior (2021b).

Fotografia 15 - Juscelino e Sarah Kubitschek, em uma noite de desfile da Casa Canadá no ano de 1956. Canadá de Luxe era frequentada por pessoas da alta elite e de todos os lugares do Brasil.



Fonte: Boscaroli (2021b).

Segundo Gilda Chataignier (2010), D. Mena formou um grande e incrível ateliê com inúmeras profissionais muito qualificadas no ramo da alta costura. Entre elas, 70 costureiras, modistas, bordadeiras e acabadeiras. Neste ateliê era construído um *prêt-à-porter* luxuosíssimo, tendo como base roupas legítimas de Dior, Chanel, Givenchy, Lanvin e Patou, que através daquele famoso “jeitinho brasileiro”, eram literalmente copiados ou criados através da interpretação fiel às peças criadas pelos “papas” da alta costura francesa. Já os vestidos de baile eram um caso à parte: também segundo Chataignier (2010), eles eram criados exclusivamente para cliente, totalmente autênticos e únicos.

Aconteciam em duas temporadas, ou seja, outono-inverno e primavera-verão. O sucesso foi retumbante, noticiado e fotografado por

jornais e revistas e frequentado pela fina flor da sociedade e da diplomacia, uma vez que o Rio de Janeiro era neste período a capital federal. Interessante dizer que não eram apenas as jornalistas de moda (o título de editora ainda não era conhecido) que cobriam os eventos, mas também as donas dos jornais mais importantes, além de seus esposos, os grandes nomes da imprensa. Lá estavam sentadas a Condessa Pereira Carneiro (Jornal do Brasil), D. Ondina Dantas (Diário de Notícias), Niomar Bittencourt (Correio da Manhã) e outras. As modelos, chamadas na época de manequins, eram elegantes e todas com cintura de 60cm: Ilka Soares, Adalgiza Colombo, Myrthes Varanda, Maria Gracinda, Norah, Helga e outras belas (CHATAIGNIER, 2015, p. 124).

De acordo com Cristina Seixas (2015), a Casa Canadá de Luxe tinha como seu público-alvo mulheres de grande poder aquisitivo. Também de acordo com Seixas (2015), mesmo quando o estabelecimento começou a oferecer *prêt-à-porter*, que a princípio seria uma linha de modelos com preços um pouco mais acessíveis, exigia que as clientes tivessem uma boa conta bancária. O grande diferencial da loja, como conta Cristina Seixas (2015), estava nos tecidos utilizados, assim como nas modelagens, cortes e acabamentos sofisticados de seus modelos, que vinha ser uma tradição rigorosa que a Casa Canadá de Luxe manteve enquanto existiu.

A maioria destes diferenciais eram impostos pela mão firme, condutora e autêntica de D. Mena Fiala. Segundo Seixas (2015), Mena Fiala foi criando suas características próprias, como por exemplo, respeitar a “hora marcada” e a data de entrega, além do atendimento diferenciado que lá se encontrava, assim como a presença permanente de manequins que desfilavam a qualquer hora para demonstrar as “possíveis roupas” das clientes. Todo este método e organização de Mena Fiala faziam com que fosse entregue, pontualmente, quatro ou cinco modelos encomendados por cada uma de suas clientes que seriam usados em alguma ocasião especial.

Vestir uma roupa da Casa Canadá dava status”, assim D. Mena, definia a verdadeira disputa que havia pelos modelos lançados a cada estação, em desfiles que tornaram a Casa Canadá o grande referencial da moda do Brasil e, na época, o espelho do glamour e do luxo, parâmetro de sofisticação e de requinte. Era também considerada a “Sala de visitas do Brasil”, por reunir no famoso salão em L, cinza e grená, os nomes mais expressivos da sociedade do país (SEIXAS, 2015, p. 90).

Fotografia 16 – Desfile na casa Canadá.



Fonte: Boscarior (2021e).

Fotografia 17 – Modelos durante o desfile



Fonte: Boscarior (2021e).

Fotografia 18 – Modelos durante o desfile na Casa Canadá.

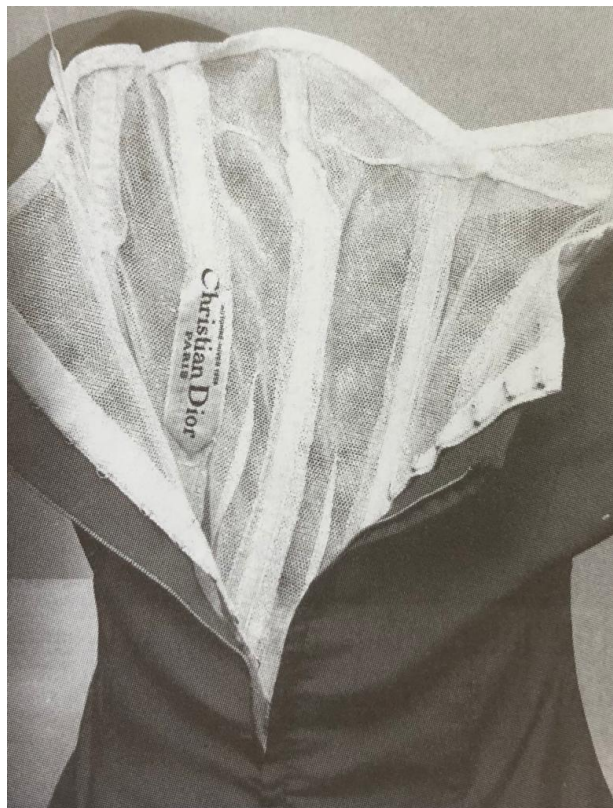


Fonte: Boscarior (2021b).

As fotos acima são de desfiles que aconteciam na Casa Canadá de Luxe. As manequins vestiam modelos luxuosíssimos inspirados na moda parisiense com aquele “toquezinho” brasileiro, e desfilavam para as pessoas mais importantes da sociedade no país.

Mas nem só de recriar a partir da moda parisiense definia-se a Casa Canadá. De acordo com Cristina Seixas (2015), em um primeiro momento acontecia uma duplicação de produtos que representava a essência, elegância e sofisticação conforme a moda francesa, porém, em um segundo momento, surgiram a interpretação e a criação própria, que adequava as cores e o modelo da peça ao clima tropical do Brasil. Foram desenvolvidas as coleções *Boutique* ou *Petite Collection*, e as mesmas foram consideradas o primeiro *prêt-à-porter* brasileiro, que como já citado no parágrafo acima, eram coleções um pouco mais acessíveis, mas que não perdiam o charme e a qualidade das peças produzidas pela Casa Canadá de Luxe. Um dos recursos da *Maison* brasileira, segundo Seixas (2015), era adquirir vestidos em Paris, e chegando no Brasil, os mesmos eram desmontados para que as técnicas usadas na estrutura interna daquela peça fossem estudadas por quem trabalhava na Casa Canadá. Com isso, a boutique carioca formou um verdadeiro “laboratório de costura”, formando excelentes profissionais.

Fotografia 19 - Um vestido de Christian Dior sendo desmontado na Casa Canadá para que as técnicas usadas na costura do mesmo fossem estudadas pelos costureiros da boutique.



Fonte: Seixas (2015, p. 91).

Fotografia 20 – Sarah e Juscelino Kubistchek na inauguração de Brasília.



Fonte: Senado (2014).

Fotografia 21 – Memórias da cidade: a imortal elegância de Sarah Kubitschek.



Fonte: Santana (2021).

Fotografia 22 – Memórias da cidade: a imortal elegância de Sarah Kubitschek.



Fonte: Santana (2021).

Nas fotos acima, Sarah Kubitschek, usando um vestido criado e produzido pela Casa Canadá na festa de inauguração de Brasília, que segundo Cristina Seixas (2015, p. 93), o mesmo foi inspirado nos ramos de café. A Casa Canadá vinha inovando e dando autenticidade as suas peças, e não apenas fazendo “cópias”.

A Casa Canadá tornou-se um “ponto de partida” para que a moda brasileira não continuasse apenas um “CTRL C + CTRL V” da moda parisiense e pudesse (até que enfim), ter sua própria cara, “casando” e adaptando cores e modelos com a brasilidade do país. Como conta Cristina Seixas (2015), da mesma forma que havia as interpretações de modelos europeus, nos estúdios da Casa Canadá eram apresentados modelos inspirados em produtos nacionais, como por exemplo, os bordados inspirados nos ramos de café no vestido de Sarah Kubitschek para a inauguração da nova capital brasileira, Brasília. Seixas (2015), também conta que, segundo a explicação da manequim Helga Loreida, em uma outra criação da boutique carioca, a influência foi o barroco brasileiro, inspirado na Igreja de São Francisco em Salvador – Bahia, resultando no vestido que carregava o nome de “Cândida”.

Tornando-se o “berço da moda brasileira”, era impossível que a Casa Canadá não influenciasse em grandes nomes para a moda brasileira. Um deles foi Dener Pamplona de Abreu, que iniciou muito jovem na *Maison* carioca, e que segundo Mariana Boscariol (2021c), foi o grande precursor da alta-costura brasileira por sair da zona de conforto do copismo, criando modelos de acordo com o gosto, corpo e idade das clientes, sem esquecer de considerar o clima tropical do Brasil.

“Eu criei a moda brasileira, um estilo próprio, nosso, que fez com que grandes senhoras do país não precisassem mais se vestir na Europa”, era assim que Dener Pamplona se titulava, segundo Carlos Dória (1998), na biografia de Dener “Bordado da fama: uma biografia de Dener” (apud PACCE, 1998). Segundo Mariana Boscariol (2021c), Dener é natural do estado do Pará, nascido em 03 de agosto de 1937. Apesar da vida muito curta, apenas 41 anos foram necessários para Dener ser considerado uma das principais referências da moda “*Made In Brazil*”. Também de acordo com Mariana Boscariol (2021c), Dener se mudou para o Rio de Janeiro quando tinha apenas 8 anos, com a mãe Eponina,

e desde a sua chegada na antiga capital brasileira, Dener nunca mais se desligou da moda.

Fotografia 23 - Ao centro, Dener Pamplona com as modelos Leilah Assumpção (à esquerda), e Marilu e Jô à sua direita. A foto foi tirada em 1968.



Fonte: Boscarior (2021c).

Fotografia 24 – Dener Pamplona de Abreu.



Fonte: Boscarior (2021c).

De acordo com Mariana Boscarior (2021c), após sua mudança para o Rio de Janeiro, o primeiro grande contato de Dener com a moda foi em 1948, quando ele começou a trabalhar na Casa Canadá; e mal ele sabia que era o início de uma grande carreira de sucesso. Na boutique carioca, também de acordo com Mariana Boscarior (2021c), Dener ganhou destaque nos anos 50 com um vestido que desenhou para a jornalista Danuza Leão, irmã da cantora Nara Leão, e desde então as oportunidades começaram a surgir e nunca mais pararam. Após oito anos na Casa Canadá, segundo Mariana Boscarior (2021c), Dener se despedia da boutique carioca para se mudar para São Paulo. Em meados de 1957, segundo Bergamasco, Barros, Verano e Xavier (2016), Dener montou seu

próprio ateliê, o “Dener alta-costura”, que ficava localizado na Praça da República, e um ano depois mudou-se para a esquina da rua Joaquim Eugênio de Lima com a Avenida Paulista.

Fotografia 25 - Dener Pamplona na Casa Canadá.



Fonte: Boscarior (2021c).

E uma carreira de ainda mais sucesso se iniciava na vida de Dener na “cidade de pedra”. Pode-se dizer que o ano de 1958 foi um marco da vida do influente da moda brasileira. Segundo Mariana Boscarior (2021c), a partir de 1958, Dener começou a atender muitas clientes famosas, entre elas, a primeira-dama Sarah Kubistchek, além de, no ano seguinte, ser premiado com dois prêmios: Agulha de Ouro e de Platina do Festival da Moda (DÓRIA, 1998 apud PACCE, 1998). Lilian Pacce (1998), conta em seu blog que também em 1958, Dener ganhou o prêmio revelação paulista da Rhodia. Também segundo Lilian Pacce (1998), Dener era uma pessoa bem relacionada, eclético e generoso. Lilian (1998) conta que ele frequentava redutos gays, vestia as mulheres da família Matarazzo, assim como as Simonsen e Trussardi, tal como as cantoras Maysa, Tuca e Elis Regina, em que Pamplona foi padrinho de seu casamento com Ronaldo Bôscoli.

Seus desenhos eram irretocáveis. Em 63, diante da notícia de que Jacqueline Kennedy viria ao Brasil, a primeira-dama Maria Teresa

Goulart convocou em Brasília dois costureiros do Rio e Dener, de São Paulo. Queria escolher quem seria seu Oleg Cassini, o costureiro oficial de Jackie. A visita acabou não ocorrendo, mas Dener ganhou o posto desejado e Maria Teresa tornou-se sua modelo ideal. Logo constava da lista das dez mais elegantes. Meses depois, ele foi tema de reportagem da revista francesa "Paris Match". O título: "O homem mais esnobe da América do Sul" (PACCE, 1998).

Com o ateliê de melhor estrutura em São Paulo, juntamente com seu estilo singular, segundo Mariana Boscariol (2021c), Dener virou o "queridinho" das mulheres mais importantes do Brasil. A autora conta que ele se tornou tão importante no cenário da moda brasileira, que em 1963 Dener recebeu o convite para ser o estilista oficial da primeira-dama do Brasil, Maria Thereza Goulart, mulher do atual presidente da época, João Goulart (BOSCARIOL, 2021c). Segundo Mariana Boscariol (2021c), Dener "vestia" Maria Thereza desde as recepções e cerimônias oficiais, até casamentos e funerais. Naquela época, a cliente fiel de Dener foi considerada a primeira-dama mais bonita do Brasil, sendo comparada com a "first-lady" Jacqueline Kenedy, a primeira-dama dos Estados Unidos, também segundo Mariana Boscariol (2021c).

Fotografia 26 - Dener Pamplona no casamento de Elis Regina e Ronaldo Bôscoli. O vestido de Elis foi feito por Dener.



Fonte: Boscarior (2021c).

Fotografia 27 - A primeira-dama Maria Thereza Goulart acompanhada de Dener Pamplona.



Fonte: Boscarior (2021c).

De acordo com Lilian Pacce (1998), era Dener quem determinava o que era “lixo ou luxo” como jurado do programa de Flávio Cavalcanti em 1970 na antiga e extinta TV Tupi. Também de acordo com Pacce (1998), ele foi o primeiro

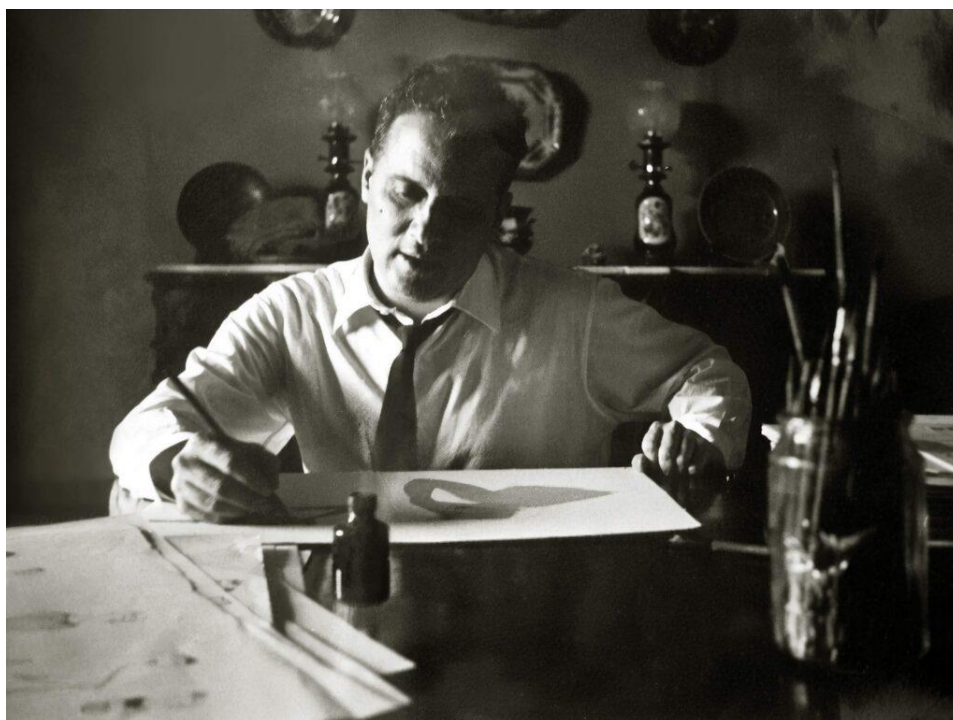
costureiro a vestir uma primeira-dama. Para Mariana Boscarol (2021c), Dener Pamplona evoluiu o estilo de moda brasileiro, criando e adaptando obras da alta-costura ao estilo e clima do Brasil. Enquanto os outros grandes ateliês tentavam reproduzir as peças dos estilistas europeus, Dener ousava, criava e trazia autenticidade à moda brasileira. Foram 41 anos marcantes e nunca esquecidos no cenário da moda brasileira.

Porém, não foi apenas Dener Pamplona que trouxe autenticidade à moda brasileira. Quando se fala em autenticidade, é imprescindível que não se fale em Alceu Penna, ilustrador e figurinista que através da sua autenticidade e de seus traços, deu cor e forma à moda brasileira. Além de grande influência para a moda, Alceu ainda fez com que mulheres, antigamente vistas apenas como esposas, mães e donas de casa, se sentissem realmente mulheres, e não apenas rótulos estipulados pela sociedade. Apesar de sua trajetória não ter iniciado em 1950, década que se passa a série Coisa Mais Linda, Alceu é indispensável nesta pesquisa, pois além de ilustrador e figurinista, ele foi um grande comunicador, nos deixando marcas e culturas até hoje apreciadas pelo povo brasileiro.

4 ALCEU PENNA: COR, BRASILIDADE E A CONSTRUÇÃO DE UM NOVO FEMININO ATRAVÉS DE SEU TRAÇO

Segundo Mariana Boscarol (2021d), a história da moda brasileira é resultado da união de atores e fatores que influenciaram para que a mesma adquirisse autenticidade e brasilidade. Dentre esta união, também segundo Mariana Boscarol (2021d), estão a Casa Canadá, que trouxe um pouco da moda parisiense com aquele “jeitinho brasileiro” para o centro carioca, e também Dener Pamplona, que usou e abusou da sua autenticidade para dar identidade à moda brasileira. Porém, quando se fala em brasilidade e muita cor, automaticamente se fala em Alceu Penna, ícone da moda e da ilustração brasileira, que influenciou em diversos fatores da cultura brasileira. Como contam Bonadio e Guimarães (2010), Alceu nasceu em Curvelo – Minas Gerais no ano de 1915, e com apenas 17 anos, ele se mudou para a atual capital brasileira da época, o Rio de Janeiro, para cursar arquitetura na Escola de Belas Artes. Bonadio e Guimarães (2010) relatam que logo que Alceu ingressou no curso de arquitetura, ele passou a visitar revistas e jornais locais, tanto para divulgar seus desenhos, quanto para vendê-los. E foi a partir deste momento que nascia um ícone brasileiro em forma de pessoa chamado Alceu Penna.

Fotografia 28 – Alceu Penna desenhando suas colunas.



Fonte: Boscarior (2021d).

Segundo Bonadio e Guimarães (2010), não precisou de muito tempo para que Alceu começasse a criar ilustrações para estes jornais e revistas; e entre estes meios estavam “O Jornal” (1919-1974), “O Globo Juvenil” (1937-1954), e ainda em meados dos anos 30, começou a criar ilustrações também para a revista “O Cruzeiro” (1928-1975). De acordo com Bonadio e Guimarães (2010), Alceu atuou em diversas áreas ao longo de sua carreira, trazendo uma diversidade enorme para o seu trabalho. Também segundo Bonadio e Guimarães (2010), na área de moda, figurino e design, Alceu criou ilustrações para capas de revistas, materiais para público infantil, como quadrinhos, capas e discos infantis, assim como embalagens e publicidade. Alceu também idealizou cenários e figurinos para shows, e também para televisão, teatro e cinema. Por fim, Alceu usou e abusou de sua brasilidade desenhando fantasias para escolas de samba e criando estamparias para as indústrias têxtil, assim como coleções de moda, também segundo Bonadio e Guimarães (2010), que relatam que por ser de uma multifuncionalidade muito grande, Alceu era considerado um artista gráfico versátil.

De acordo com Bonadio e Guimarães (2010), o trabalho que proporcionou mais visibilidade a Alceu foi a coluna impressa em cores “Garotas”, que foi exibida entre 1938 e 1964 na revista O Cruzeiro, e que segundo Penna (2007), demonstrava semanalmente uma diversidade de jovens ousadas acompanhadas de textos bem-humorados. Segundo Carla Bassanezi Pinsky (2014), a revista O Cruzeiro possuía matérias especialmente destinadas às mulheres, e que ressaltavam títulos como “Assuntos femininos” e “Para mulheres”. Também de acordo com Pinsky (2014), na revista as leitoras desfrutavam de páginas dedicadas à moda, aparência (voltada a elegância e beleza), crônicas sociais, a coluna “Lar doce lar” sobre culinária, humor com a coluna “Garotas”, por Alceu Penna, que contava sobre os interesses de “moças bonitas e namoradeiras”, assim como a coluna “Da mulher para a mulher”, de Maria Teresa, que dava conselhos e respostas através de cartas enviadas pelas leitoras.

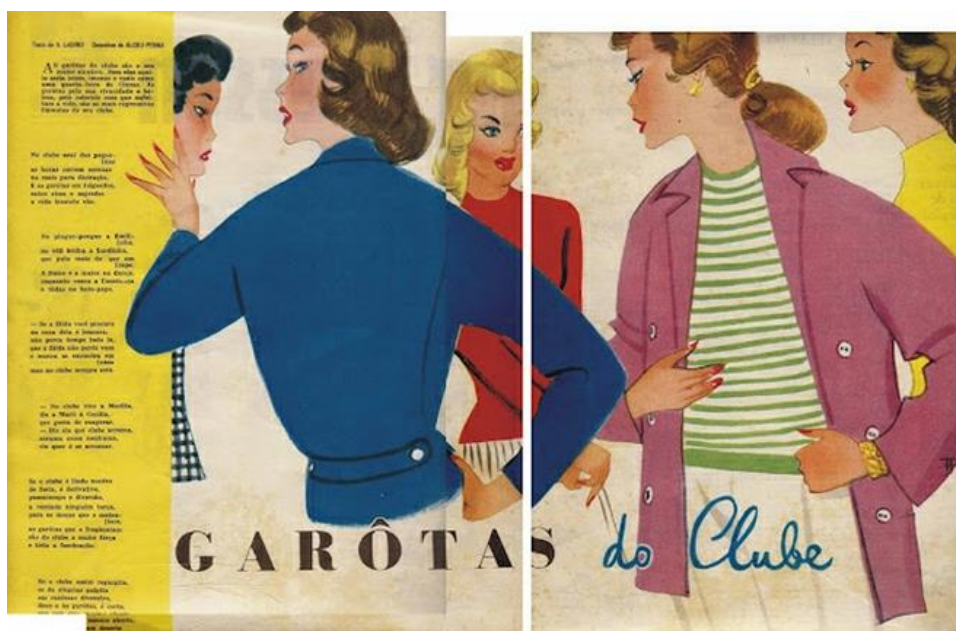
Segundo Bonadio e Guimarães (2010), a coluna “Garotas” era desenhada por Alceu com traços que predominavam a sensualidade e o lúdico das mulheres, e as mesmas estavam vestidas sempre na última moda, desfrutando de cenários como bailes, praias e cinemas; resumindo: o melhor que a vida social carioca poderia oferecer. Também de acordo com Bonadio e Guimarães (2010) a seção “Garotas” era considerada a de maior popularidade na revista, e a mesma ganhou tanta notoriedade, que em 1943 passou a ter sua versão no rádio, transmitida pela Rádio Tupi do Rio de Janeiro, e ia ao ar todas as sextas-feiras às 19h30min. Para Mariana Boscarol (2021d), através dos traços de Alceu surgia um novo ideal de corpos femininos, que aos poucos, por meio da coluna “Garotas”, ia se desfazendo da rigidez, limitação e sobriedade imposta pelas décadas anteriores. Também de acordo com Mariana Boscarol (2021d), por mais que fossem através de ilustrações, Alceu ajudava as leitoras da revista a criarem uma figura feminina muito mais autoconfiante e leve, gerando grande influência em relação ao “comportamento” feminino da época, e também na moda.

Figura 2 – Garotas do Alceu ilustram a moda nacional.



Fonte: Medeiros (2012).

Figura 3 - Garotas do Alceu ilustram a moda nacional



Fonte: Medeiros (2012).

Figura 4 - Garotas do Alceu ilustram a moda nacional



Fonte: Medeiros (2012).

Figura 5 - Garotas do Alceu ilustram a moda nacional



Fonte: Medeiros (2012).

As imagens acima mostram de forma breve como eram as colunas “Garotas” na revista *O Cruzeiro*. Com muita cor, autenticidade e sensualidade, Alceu contribuiu não somente para a moda brasileira, como também para uma nova figura feminina em um tempo que ser mulher era apenas ser mãe e dona de casa.

É impossível falarmos sobre brasilidade e não falarmos de carnaval. Além de influência para a construção de um “novo comportamento feminino”, e de grande importância para a moda brasileira, Alceu também foi crucial na criação de fantasias carnavalescas, que até hoje (acreditem) se são utilizadas pelo povo brasileiro, é porque teve quem desse notoriedade a elas no passado. Segundo Bonadio e Guimarães (2010), em 14 de fevereiro de 1934, foram vinculadas à revista *O Cruzeiro* as fantasias de carnaval elaboradas por Alceu. Bonadio e Guimarães (2010) contam que, em duas páginas coloridas, começaram a aparecer arlequins e colombinas, seres da natureza, trajes históricos e uma fantasia que era composta por camiseta listrada, colares e pulseiras, turbante, saia com estampa de pandeiro, violão e notas musicais, que na época pareciam fazer referência à baiana e o malandro, “personagens” que naquele tempo ainda

eram muito marginalizados, mas que representam fortemente um dos ritmos mais tradicionais e típicos do Brasil, o samba.

E carnaval sem Carmen Miranda, nem parece carnaval, não é mesmo? De acordo com Mariana Boscariol (2021d), apesar do sucesso da coluna na revista *O Cruzeiro*, Alceu sempre teve o sonho de morar nos Estados Unidos. Bonadio e Guimarães (2010) contam que Alceu sempre apreciou a cultura estadunidense, e com uma iniciativa particular, mudou-se para os Estados Unidos com o objetivo de atuar na imprensa norte-americana. De acordo com Bonadio e Guimarães (2010), Alceu encontrou dificuldade para elaborar seus textos humorísticos no país por conta da língua estrangeira, porém a oportunidade de criar figurinos para shows e filmes da cantora e atriz Carmen Miranda compensaram. A colaboração de Alceu Penna nos incríveis figurinos utilizados pela “pequena notável” acontecia de forma informal, tanto que nos filmes e shows que Carmen participava, não havia créditos à Alceu pela criação dos trajes utilizados por ela. Com isso, não é possível saber quantos figurinos foram criados para Carmen através dos traços de Alceu, de acordo com Bonadio e Guimarães (2010).

Fotografia 29 – Carmen Miranda: A Embaixatriz do Samba.



Fonte: Wikipédia (não datado).

Fotografia 30 – Especial LaRegina.



Fonte: Jovem Pan (2016).

As fotos acima são de cenas do filme *The Gang's All Here*, no Brasil chamado “Entre a Loura e a Morena”, protagonizado por Carmen Miranda. Segundo Bonadio e Guimarães (2010), o figurino que Carmen utiliza nas fotos provavelmente tenha sido criado por Alceu Penna.

Figura 6 - “Garotas” em clima de Carnaval.



Fonte: Boscariol (2021d).

Mas Alceu não parou por aí. Segundo Mariana Boscariol (2021d), quando o ilustrador voltou dos Estados Unidos, o mesmo começou a se dedicar a criação de figurinos para os cassinos cariocas, mas sem abandonar sua coluna na revista *O Cruzeiro*. Alceu era realmente a brasilidade em pessoa. Foi influente desde a moda praia e o Carnaval, até as festas juninas. De acordo com Mariana Boscariol (2021d), além das suas ilustrações que retratavam as festas e as fantasias de Carnaval em sua coluna, Alceu também foi responsável por figurinos

de espetáculos muito concorridos, e entre eles estava o “Cassino da Urca”, no Rio de Janeiro. Mais tarde, Mariana Boscarior (2021d) conta que o figurinista buscou levar mais elementos da cultura brasileira para a sua coluna, lançando suas “Garotas” vestidas tipicamente para uma festa de São João. Ele realmente buscava levar o Brasil para suas ilustrações, e mesmo não perdendo o seu traço marcante, colorido e sempre desenhando mulheres elegantes, segundo Mariana Boscarior (2021d), na coluna sobre Festa Junina o figurinista enalteceu toda alegria e feminilidade da mulher através de chapéus, bandeirinhas, espigas de milho e lenços e laços tanto nas roupas, quanto nos cabelos das personagens. Na moda praia, com o calor e o glamour das praias e belezas naturais cariocas, segundo Mariana Boscarior (2021d), as ilustrações eram diferentes: vários modelos foram representados na coluna pelo figurinista, e por conta disso, surgiam muitas roupas curtas e descontraídas, que somado pelo bronzeado ilustrado por Alceu em suas garotas, as personagens se tornavam ainda mais sensuais.

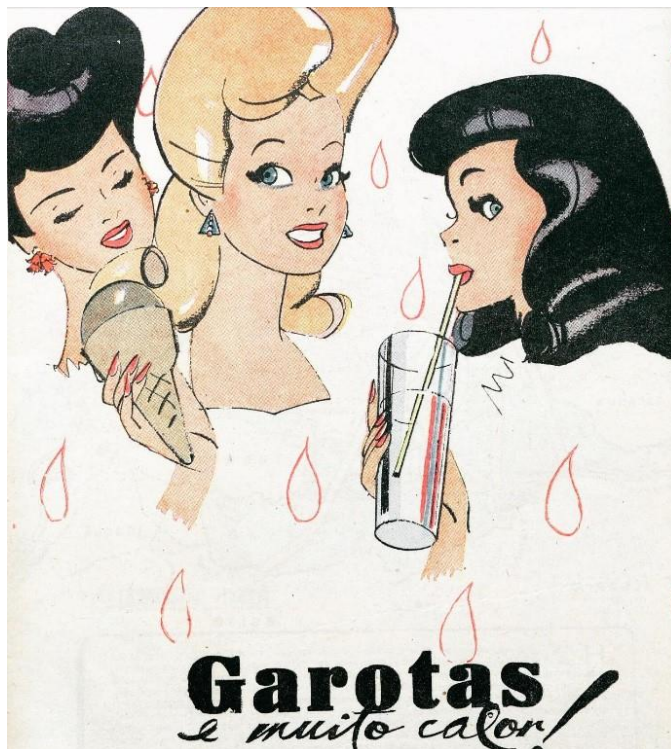
Figura 7 – Coluna “Garotas”, de Alceu Penna, em clima de Festa Junina.



Fonte: Boscarior (2021d).

Fonte: Boscariol (2021d).

Figura 10 - “Garôtas e maiôs” de Alceu Penna.



Fonte: Boscariol (2021d).

As imagens acima mostram a coluna “Garotas” quando Alceu retratava a moda praia com muita sensualidade, cor e frescor.

Segundo Mariana Boscariol (2021d), Alceu era tão inquieto, que além de ilustrador e figurinista, ele também trabalhou como professor na Escola de Cinema “Associação Cinematográfica de Produtores Brasileiros”. Apesar de seu contato intenso com a moda desde o início da carreira, Mariana Boscariol (2021d) conta que, de fato, o maior contato de Alceu com a moda foi na década de 50, quando a moda “sofreu” uma renovação após a 2ª Guerra Mundial. Também segundo Mariana Boscariol (2021d), foi através dos eventos e desfiles criados por Mena Fiala, em que Alceu estava sempre presente, que o figurinista passou a olhar a moda como “roupas e trajes”, e não somente figurinos em si. Na década de 50 também foi criado o concurso Miss Brasil, em que muitos figurinos utilizados pelas misses surgiram a partir dos traços de Alceu para

abrilhantar a noite das mesmas. De acordo com Mariana Boscariol (2021d), Alceu também esteve presente na produção de moda brasileira, quando desenhava para os catálogos do grupo francês Rhodia, que durou de 1962 até 1975, e por conta de sua participação como figurinista da empresa, teve que abandonar a coluna “Garotas”. Segundo Mariana Boscariol (2021d), o ícone do figurino e da ilustração brasileira sofreu um infarto em 1975, com apenas 60 anos, afetando suas funções motoras e o impedindo de desenhar. Com isso, Alceu veio a falecer em 1980, cinco anos após este episódio trágico que o afastaria de sua carreira dos sonhos. Apesar do breve tempo de vida de Alceu, o legado que este grande ícone da ilustração e da moda brasileira nos deixou é do tamanho do seu amor pelo Brasil e de seu talento (BOSCARIOL, 2021d).

Muitas pessoas contribuíram para que o Brasil formasse sua própria identidade e cultura através de vários aspectos como roupas, música, acessórios, comunicação, entre muitos outros fatores para que o Brasil não dependesse de outros países, construindo uma identidade única e singular. No próximo capítulo, falarei sobre três mulheres essenciais para o Brasil como artistas e mulheres. No capítulo ““O Mundo É Das Mulheres?”: o protagonismo feminino de artistas essenciais para o Brasil”, contará um pouco da história do surgimento dos meios de comunicação no Brasil, e de que forma três mulheres descobertas no rádio, fizeram e fazem tanta diferença na história da mulher na sociedade brasileira.

5 “O MUNDO É DAS MULHERES?”: O PROTAGONISMO FEMININO DE ARTISTAS ESSENCIAIS PARA O BRASIL

A década de 50 ficou marcada por grandes mudanças, não somente na moda, mas em diversos âmbitos, que de toda forma, também influenciavam muito na moda e na cultura daquela época. Em 1950, o Rio de Janeiro continuava lindo, porém, após mais de 180 anos sendo a capital brasileira, em meados de 1957, a cidade maravilhosa deixaria de ser a capital brasileira e passaria a ser apenas “o coração do Brasil”. Isto porque, segundo Denise Pitta (2021), em 1957 começava a construção de Brasília com a moderna arquitetura de Oscar Niemeyer, e o objetivo deste grande projeto era levar a capital do país para o planalto central. Tudo isso aconteceu porque em 31 de janeiro de 1956, foi empossado como Presidente da República Juscelino Kubitschek, após Getúlio Vargas, antecessor do cargo, cometer suicídio em 24 de agosto de 1954.

Passado o momento trágico que marcou a década de 50, coisas boas também aconteceram. Segundo Pitta (2021), o período dos anos 50 ficou denominado como “anos dourados” por conta de uma “elevada” de vida que a classe média adquiriu nesta década. Também de acordo com Denise Pitta (2021), nos anos 50 foi inaugurada a primeira emissora de tv brasileira: a TV Tupi; o Brasil sediou sua primeira Copa do Mundo em 1950, e em 1958, com Pelé jogando na Seleção Brasileira com apenas 18 anos, venceu sua primeira copa que foi realizada na Suécia; também aconteceu a primeira Bienal, foi inaugurado o Museu de Arte Moderna e criado o concurso Miss Brasil. Para Pitta (2021), a indústria têxtil estava a todo vapor, e em meio a tanta revolução e evolução, a Bossa Nova era o “hit” do momento, enaltecendo grandes protagonistas do gênero, como Tom Jobim, Vinícius de Moraes e João Gilberto.

O termo “anos dourados”, que simboliza o período em que a classe média brasileira estava inserida nos anos 50 não é em vão. Segundo Flávio Lins (2013), com a inauguração da Tv Tupi em 1950, o Brasil foi considerado um dos cinco primeiros países da América Latina a ter televisão naquela época. Também de acordo com Lins (2013), mesmo que em 1950 tudo fosse muito limitado às classes mais altas do Brasil, a televisão brasileira sempre demonstrou grande caráter popular, exibindo desde clássicos eruditos através do teleteatro, até balés e orquestras; e conseqüentemente com o tempo e o “hábito” de assistir à

televisão, o meio de comunicação começou a chamar a atenção dos anunciantes.

Segundo Sérgio Mattos (2002), as primeiras imagens da televisão brasileira foram exibidas no dia 18 de setembro de 1950, na cidade de São Paulo, através da TV Tupi, na época, o canal 3. Para Mattos (2002), a primeira transmissão televisiva no Brasil ficou marcada por muitas improvisações e o famoso “jeitinho brasileiro”. Também de acordo com Mattos (2002), com apenas 200 televisores que pertenciam à membros da elite, Georges Henry relatou que uma confusão tomou conta da TV Tupi no dia da estreia: além de uma das três câmeras queimar e gerar um atraso de 90 minutos no início da transmissão, o encerramento que ficaria marcado com um show de Hebe Camargo não aconteceu devido uma repentina rouquidão, e a mesma foi substituída por Lolita Rodrigues e Vilma Bentivegna.

Para Sérgio Mattos (2002), o desenvolvimento da televisão brasileira se divide em seis fases diferentes, e cada uma dessas fases correspondem a um período que se caracteriza a partir de acontecimentos que serviam como “ponto de referência”. De acordo com Mattos (2002), de 1950 a 1964 a televisão estava na fase “elitista”, quando o meio de comunicação era considerado um luxo e apenas quem tinha acesso à ela era a elite; de 1964 a 1975 a tv estava em uma fase “populista” por ser considerada um exemplo de modernidade, predominando os programas de auditório que faziam sucesso na programação. Também segundo Sérgio Mattos (2002), de 1975 a 1985 a televisão ficou marcada pela fase “do desenvolvimento tecnológico” por conta do aperfeiçoamento das emissoras com o intuito de gerar mais profissionalismo; de 1985 a 1990 acontecia a fase “da transição e expansão internacional”, pela intensificação nas exportações dos programas; e já no período de 1990 a 2000, a fase da “globalização e da TV paga”, simboliza uma época em que o país buscava modernidade para o meio, e o mesmo se adaptava à “novos rumos”. Para finalizar as seis fases, também de acordo com Mattos (2002), a fase da “convergência e da qualidade digital”, que se inicia nos anos 2000, marca a tecnologia ligada com a interatividade cada vez mais intensa nos veículos de comunicação.

Porém, é impossível falar em televisão e não falar em rádio, ainda mais quando as histórias dos dois meios são bem semelhantes, e pelo fato de até

1950 o rádio ser o único meio de comunicação de radiodifusão no Brasil. Segundo André Almeida (1995 apud LEAL, 2009), a primeira transmissão radiofônica aconteceu em 1922 em comemoração ao centenário da Independência. De acordo com Jambeiro (2002 apud LEAL, 2009), de início o rádio era formado apenas por um clube de amadores, tendo sua primeira emissora com transmissão regular somente em 1923 através da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. Segundo Leal (2009), inicialmente, assim como a televisão, o acesso ao rádio também era concentrado na elite social, intelectual e econômica. Porém, também de acordo com Leal (2009), com a massificação do meio de comunicação no final de 1920, aconteceu a modificação na programação, incluindo programas de entretenimento, humorísticos e musicais, variedades, assim como alguns realizados em auditórios com a presença de plateia.

Foi através do rádio que surgiram grandes nomes artísticos, e que após se revelaram também na tv. Entre esses nomes, estão grandes mulheres, que apesar de uma sociedade muito conservadora e machista na época, protagonizavam e se sobressaíam. Uma dessas estrelas será sempre considerada uma das maiores comunicadoras do Brasil: Hebe Camargo. Segundo Schumacher e Brazil (2000), Hebe Maria Camargo, seu nome de batismo, nasceu em 8 de março de 1929 na cidade de Taubaté – São Paulo. Também de acordo com Schumacher e Brazil (2000), Hebe era filha de Ester e Sigisfredo Camargo, um violinista profissional que era conhecido como “Feguinho”. Desde muito pequena Hebe já possuía uma vida muito musical e carregava no sangue o dom artístico: de acordo com Schumacher e Brazil (2000), em 1935, Hebe e sua família se mudaram para São Paulo para seu pai trabalhar no programa da rádio Difusora “Hora da Saudade”. Nessa época, Hebe já cantava nas festas de igreja, e com apenas 11 anos, ela iniciava suas participações em programas de calouros, também segundo Schumacher e Brazil (2000).

Em 1944, quando tinha 15 anos, como contam Shumacher e Brazil (2000), Hebe formou com sua irmã Estela a dupla caipira “Rosalinda e Florisbela”, e juntas elas apresentavam o Programa Musical, que ia ao ar pela Rádio Paulista. Ainda nesse período, também segundo Shumacher e Brazil (2000), com outro repertório diferente da dupla caipira que ela formava com sua irmã Estela, Hebe

cantou junto com o “Trio Tupã” e os conjuntos “Três Américas” e “Dó, Ré, Mi, Fá”. Além disso, naquela mesma época Hebe também gravou seus primeiros discos pela Odeon, e ainda com seus cabelos morenos, Hebe ficou conhecida como “A Moreninha do Samba”, também de acordo com Schumacher e Brazil (2000).

Fotografia 31 – Hebe Camargo quando era reconhecida como a “moreninha do samba”.



Fonte: Forato (2020).

Além de crescer com a história do rádio no Brasil e ver o meio de comunicação se desenvolver participando assiduamente do processo, Hebe também é um ícone presente na história da televisão brasileira. Schumacher e Brazil (2000) contam que, no dia 25 de março de 1950, Hebe fez parte de um pequeno grupo de pessoas que foram até o porto de Santos buscar os equipamentos da emissora TV Tupi, que faria sua primeira transmissão no dia 18 de setembro de 1950, como já citado acima. Segundo Schumacher e Brazil (2000), Hebe era uma das convidadas de Assis Chateaubriand, proprietário da TV Tupi, para presenciar e participar do nascimento da televisão brasileira.

O que muitos não sabem, é que Hebe foi responsável por comandar o primeiro programa feminista da televisão brasileira no ano de 1955, segundo Artur Xexéo (2017), em “Hebe - A biografia”. Além de ser uma das maiores comunicadoras do Brasil (senão, a maior), Hebe sempre foi à frente do seu

tempo, “quebrando lacunas” e indo contra o conservadorismo. Segundo Xexéo (2017), na TV Paulista, o primeiro programa em que Hebe havia marcado presença teria sido o “Musical Manon”, que ia ao ar todas as quintas-feiras à noite, apresentado por Roberto Corte Real, e tendo como atração principal, ninguém mais e ninguém menos, que a própria Hebe Camargo. Também de acordo com Xexéo (2017), Hebe sempre manteve uma característica muito forte em que ela já praticava no rádio, e não deixou de carregar consigo para televisão: Hebe não se limitava, e ao invés de apenas cantar suas músicas e se despedir, como normalmente acontecia com os demais artistas, tanto na tv, quanto no rádio, Hebe fazia questão de introduzir uma “historinha” e contar o porquê de estar cantando aquela música, quem era o compositor, o que ela sentia quando interpretava a melodia, e o que a canção representava para ela. Também segundo Artur Xexéo (2017), foi com esse jeito de entreter e cativar o público, que quando o apresentador do “Musical Manon”, Corte Real, adoeceu, ele indicou Hebe para substituí-lo. Nessa mesma ocasião, também como conta Artur Xexéo (2017), Corte Real percebeu o quanto Hebe comandava o programa muito melhor que ele e decidiu não voltar à emissora, “dando” à Hebe um programa de tv.

De acordo com Xexéo (2017), Walter Foster, colega de Hebe Camargo na Tv Paulista, percebeu que Hebe poderia fazer um programa onde, pela primeira vez ela não fosse cantar, e sim, entrevistar. Para Artur Xexéo (2017), Foster foi o responsável por lançar Hebe como entrevistadora, criando uma atração que envolvesse personalidades do mundo artístico e políticos. E foi aí que nasceu o primeiro programa feminista da televisão brasileira, comandado por Hebe Camargo: “O Mundo É das Mulheres”, também de acordo com Xexéo (2017). Segundo Xexéo (2017), o programa comandado por Hebe naquela época, hoje seria considerado um *talk show*. Xexéo (2017) conta que, a cada semana, um convidado era submetido a uma série de perguntas e questionamentos. Também segundo Xexéo (2017), esse entrevistado sempre era um homem do meio artístico ou político, e o mesmo era questionado por um grupo de mulheres, incluindo Hebe, que finalizavam a entrevista com a pergunta: “o mundo é das mulheres?”.

Hebe era a apresentadora oficial. Pela primeira vez, num programa de TV ou de rádio, ela não cantava. Apenas comandava a entrevista. Suas colegas se revezavam entre atrizes, cantoras e garotas-propaganda da Paulista. As mais frequentes eram Eloísa Mafalda, Lourdes Rocha, Wilma Bentivegna, Elza de Aguiar, Yara Lins e Cacilda Lanuza. Com patrocínio do Café Americano, “o que agrada a milhões”, O Mundo É das Mulheres estreou em setembro de 1955, tendo como convidado o então prefeito de São Paulo. Juvenal Lino de Matos teve uma carreira política sem muito destaque entre o fim dos anos 1940 e o começo dos anos 1970. Foi deputado estadual e senador antes de eleger-se, em 1955, para a prefeitura de São Paulo. Mas será sempre lembrado como o primeiro entrevistado de Hebe Camargo em sua carreira na televisão (XEXÉO, 2017, p 38).

Para Xexéo (2017), desde a estreia de “O Mundo É das Mulheres”, o programa sempre mostrou possuir muito prestígio tanto de artistas, quanto de políticos. Artur Xexéo (2017) conta que, entre os primeiros convidados de Hebe no programa estavam Adhemar de Barros, que na época foi o candidato derrotado à prefeitura de São Paulo; o poeta Vinícius de Moraes, que na década de 50 estava lançando uma parceria com Tom Jobim no musical “Orfeu da Conceição”; e por fim, o deputado federal Nelson Carneiro, defensor da legalização do divórcio no Brasil, pois naquele tempo uma das coisas mais horríveis era existir uma mulher “desquitada”. Porém, também como conta Xexéo (2017), o que fez o programa ser um verdadeiro sucesso foi a personalidade marcante e a espontaneidade de Hebe Camargo. Xexéo (2017) conta que o programa ia ao ar tanto pela TV Paulista, quanto pelo rádio, nas noites de quarta-feira, diretamente do auditório do Rádio Nacional em São Paulo.

Segundo Xexéo (2017), “O Mundo É das Mulheres” é considerado o primeiro programa feminista da tv e do rádio pela forma em que ele era conduzido, mas principalmente, pela mulher descontraída, de rápido raciocínio, brincalhona, divertida e de uma risada mais que contagiante que Hebe representava apresentando o *talk show*. Todas essas características e qualidades não eram o perfil dos apresentadores e comunicadores, muito menos os programas eram apresentados por mulheres naquela época. Segundo Xexéo (2017), geralmente os programas eram apresentados por homens formais e com uma voz empastada, uma gargalhada no meio de uma entrevista naquela época era considerado desrespeito... mas não para Hebe Camargo!

Segundo Thiago Forato (2020), em uma entrevista de Hebe para o portal imprensa em 1998, a apresentadora reconheceu que eram os homens que comandavam a televisão. “Os donos [da TV] são eles, né? É coisa de homem.

De uns 10 anos pra cá [1988-98] é que a mulher começou a crescer, evoluir, participar. A mulher era submissa demais", disse Hebe para o portal imprensa em 1998, de acordo com Thiago Forato (2020). Também de acordo com Forato (2020), quando questionada se Hebe foi o principal meio de apoio para disseminar a participação feminina na televisão, a mesma respondeu de forma modesta: "Não sei. Meu programa O Mundo é das Mulheres, nos anos 50, era absolutamente feminista. As mulheres tinham o direito de falar tudo o que queriam, comentar seus problemas". Para Thiago Forato (2020), Hebe Camargo foi uma das mulheres que mais discutia sobre o direito feminino na sociedade desde muito cedo, e somente com 26 anos, através de "O Mundo É das Mulheres", Hebe conseguiu dar espaço a uma mulher que não tinha visibilidade na sociedade, e muito menos dentro de casa naquela época. De acordo com Xexéo (2017), Hebe quebrou todas as regras que estavam sendo criadas para os programas de televisão e os deixou ainda mais atraentes com o aquele jeito que só ela sabia ser.

Para se ter uma ideia do clima que Hebe ajudava a criar para seus convidados, basta lembrar a entrevista que fez, em dezembro de 1956, com o deputado Tenório Cavalcanti, "o homem da capa preta". Tenório era um político polêmico e violento que tinha sua base eleitoral na Baixada Fluminense. Temido, usava sempre uma capa preta e portava uma metralhadora, que chamava de Lurdinha. Pois Hebe o recebeu também vestindo uma capa preta. Desarmou o entrevistado antes de a entrevista começar. A capa que assustava os inimigos virou uma fantasia de Carnaval. A entrevista começou e terminou às gargalhadas. Não dava para levar Tenório a sério. E Hebe não levou (XEXEO, 2017, p 38 e 39).

Fotografia 32 - programa de Hebe “O Mundo é das Mulheres”. Na foto, Hebe e mais suas 4 convidadas mulheres, com o convidado e entrevistado ao meio.



Fonte: Anos Dourados (2010).

Para Xexéo (2017), é fácil perceber o impacto causado na estreia de Hebe como apresentadora. Também segundo Artur Xexéo (2017), Hebe possuía uma carreira de 12 anos como cantora e sem nenhum prêmio ou troféu em suas prateleiras, mas bastou ela atuar pela primeira vez como apresentadora, que no ano em que estreou “O Mundo É das Mulheres”, Hebe recebeu o Troféu Roquette Pinto como a Melhor Apresentadora da Televisão. De acordo com Xexéo (2017), o prêmio era organizado pela Associação dos Cronistas Radiofônicos do Estado de São Paulo, e o mesmo premiava desde 1950 os melhores profissionais do rádio. Com o surgimento da televisão, a partir de 1952 o prêmio também passou a enaltecer os melhores da tv, e o mesmo durou 19 anos, também de acordo com Xexéo (2017). Segundo Artur Xexéo (2017), depois da primeira premiação em 1956, Hebe nunca mais parou de ser premiada, levando a categoria de melhor apresentadora por mais onze vezes, e sendo eleita a Melhor Apresentadora ou a Melhor Animadora ou a Melhor Comunicadora praticamente em todos os anos em que ela esteve no ar.

Em entrevista para o portal imprensa em 1998, segundo Thiago Forato (2020), Hebe relatou que através de “O Mundo É das Mulheres” que ela passou a ser muito mais famosa como apresentadora do que como cantora, e apesar de

gostar mais de cantar do que apresentar, a comunicadora afirmou que o programa fez ainda mais sucesso porque era composto por várias mulheres que deixavam o entrevistado, que sempre era uma figura masculina, na obrigação de falar sobre elas, e se as mulheres e os homens possuíam as mesmas capacidades e direitos. Nesta mesma entrevista, Hebe disse achar que por causa daquele programa, começou o primeiro movimento feminista. Também segundo Thiago Forato (2020), desde sua estreia em 1955 como apresentadora em “O Mundo É das Mulheres”, Hebe nunca mais parou de fazer sucesso no ramo, levando aquela mesma proposta, essência, sucesso e astral para seus programas posteriores, principalmente na Band e no SBT, onde passou maior parte de sua carreira.

Fotografia 33 – Hebe em seu programa no SBT em 1986.



Fonte: Marckezini (2021).

Assim como Hebe Camargo, outras duas mulheres também lutaram contra o machismo e o conservadorismo dos anos 50 para conquistarem seus espaços. Se para Hebe, uma mulher branca que sempre foi dona de si e de uma autenticidade e personalidade inabalável, para duas mulheres negras naquela época conquistarem seus espaços no meio artístico era muito mais complicado. Quando escolhi falar sobre mulheres que se sobressaíam aos homens naquele período, Dona Ivone Lara e Elza Soares não poderiam passar despercebidas.

Nascida em 13 de abril de 1922 no Rio de Janeiro, segundo Shumaher e Brazil (2000), Yvonne Lara da Costa desde muito pequena já possuía contato com a música. De acordo com Jaiane Souza (2020), Ivone Lara foi filha de Emerentina Bento da Silva, que era cantora e se apresentava em tradicionais ranchos carnavalescos da cidade maravilhosa, e de João da Silva Lara, que tocava violão de sete cordas e também desfilava no “Bloco dos Africanos”. Também segundo Souza (2020), com a morte precoce de seus pais, Dona Ivone Lara acabou ficando órfã com apenas seis anos, e segundo Shumaher e Brazil (2000), por oito anos Ivone viveu em um internato, onde teve a oportunidade de estudar música com a pianista Lucília Guimarães, sendo elogiada pelo marido da professora, ninguém menos que Villa-Lobos, que foi um compositor, maestro, pianista, violinista e violoncelista brasileiro de renome, segundo Jaiane Souza (2020). De acordo com Shumaher e Brazil (2000), Ivone Lara chegou a ser conduzida pelo maestro da Rádio Tupi quando participava do grupo “Orfeão dos Apiacãs”, e segundo Braga (2020), foi através do contato de Dona Ivone com a família Villa-Lobos e com demais mestres, que surgiu sua sofisticação harmônica e melódica que acompanhavam suas obras.

Para Souza (2020), Dona Ivone Lara é considerada a dama e a rainha do samba por ser a pessoa responsável a revolucionar a história da mulher no samba, pois antes de sua chegada, a presença de uma mulher no gênero musical era praticamente inexistente. Também segundo Jaiane Souza (2020), Dona Ivone Lara foi a primeira mulher a fazer parte de uma ala de compositores em uma escola de samba, sendo reconhecida e respeitada em um contexto em que a presença masculina predominava. De acordo com Shumaher e Brazil (2000), Ivone Lara estudou na Escola Municipal Orsina da Fonseca, de onde saiu com 16 anos para ir morar na casa do tio Dionísio Bento da Silva, com quem aprendeu a tocar cavaquinho e apreciar o samba. Também segundo Shumaher e Brazil (2000), em 1945 Ivone foi morar em Madureira, onde começou a frequentar a antiga e extinta escola “Prazer da Serrinha”, gerando, nessa mesma época, muitas composições para a rainha do samba, mas que, de acordo com Jaiane Souza (2020), por conta do machismo, suas composições eram apresentadas como se fossem do “Mestre Fuleiro”, que também era compositor e primo de Ivone.

Porém, apesar do amor pelo samba e de um talento imensurável, a música não virou de imediato a sua profissão. Segundo Souza (2020), Dona Ivone Lara estudou enfermagem e trabalhou como plantonista de emergência, e de acordo com Fernandes (2021), a rainha do samba também estudou Assistência Social, sendo considerada uma das primeiras assistentes sociais negras no Brasil, dedicando-se na profissão para a área da psiquiatria, em que chegou a trabalhar com Nise da Silveira, médica que revolucionou o tratamento psiquiátrico no Brasil. Em seu tempo livre, como conta Jaiane Souza (2020), Dona Ivone participava de rodas de samba na casa de um tio, onde tinha a oportunidade de conviver com nomes muito importantes do samba, como Pixinguinha e Jacob do Bandolim.

Fotografia 34 – Dona Ivone Lara no Hospital Engenho de Dentro, no Rio de Janeiro, onde exercia a profissão de enfermeira e assistente social.



Fonte: “Lara Enfermeira” Wp Content (não datado).

Em 1947, também de acordo com Jaiane Souza (2020), Dona Ivone se casou com Oscar Braga, na época, presidente da escola “Prazer da Serrinha”,

fazendo com que Ivone aprimorasse ainda mais o seu dom artístico, já que a cantora começou a frequentar mais assiduamente o local, conhecendo diversos artistas com quem firmaria parcerias mais tarde, como “Nasci para sofrer”, música que se tornou hino da escola e que foi utilizada no desfile. Com o passar do tempo, a dama do samba foi conquistando seu espaço e ganhando voz no samba. Também segundo Souza (2020), no Império Serrano, escola de samba fundada em 1947, foi nela que, em 1965, Dona Ivone teve sua consagração quando foi a primeira mulher a fazer parte de uma ala de compositores, assim como a primeira mulher a compor um samba enredo. “Os cinco bailes na história do Rio”, samba enredo de autoria de Dona Ivone Lara, embalaram o desfile da Império Serrano em 1965, como conta Jaiane Souza (2020), A partir desse momento, Ivone Lara não parou mais, e o espaço que ela não possuía na música antigamente, virou gigante para a rainha do samba. Como conta Jaiane Souza (2020), em 1970 Ivone gravou seu primeiro disco “Sambão 70”, período em que recebeu o nome artístico “Dona Ivone Lara”. Também segundo Souza (2020), sete anos depois a dama do samba se aposentou como enfermeira e assistente social, e passou a fazer da música sua profissão, sendo reconhecida nacionalmente e tendo suas canções gravadas por grandes nomes da música popular brasileira, como Gal Costa e Maria Bethânia, que regravaram o sucesso “Sonho meu”, Caetano, Gil e Bethânia, com “Alguém avisou”, e outra grande sambista, Clara Nunes, que regravou “Alvorecer”. O sucesso de Dona Ivone só aumentou, e aquela mulher que não tinha espaço no samba antigamente, Jaiane Souza (2020), lançou mais 17 trabalhos, entre CDs e DVDs, e recebeu diversas homenagens, entre elas, em 2012 o enredo “Dona Ivone Lara: o enredo do meu samba”, pela Império Serrano, e em 2010, sendo homenageada na 21ª edição do Prêmio da Música Brasileira.

Fotografia 35 - Dona Ivone Lara abraçando Maria Bethânia e Gal Costa.



Fonte: Itau Cultural (não datado).

Fotografia 36 - Dona Ivone Lara, já com mais idade, cantando na quadra da Império Serrano, sua escola do coração.



Fonte: Zekatraca (2018).

E para finalizar esse trio de ícones femininos, que apesar de aguentarem muito preconceito na época somente pelo fato de serem mulheres, e mesmo assim nunca deixaram que apagassem seus talentos, apresento à vocês uma das maiores cantoras do Brasil: Elza Soares! Filha de uma lavadeira e de um operário, segundo Shumaker e Brazil (2000), Elza nasceu no dia 23 de junho de 1937, no Rio de Janeiro, e foi criada na favela de Água Santa, também no estado do Rio. Para Júlia Warken (2020) apesar da voz rouca, única e potente que pertence à Elza, viver da música não foi fácil para essa grande artista. De acordo com Shumaker e Brazil (2000), Elza teve contato com a música desde muito pequena, cantando sempre ao ritmo dos sambistas do morro. Porém, Elza teve sua adolescência interrompida bruscamente, quando, segundo Zeca Camargo (2018), seu pai a forçou a se casar com apenas 13 anos.

De acordo com Zeca Camargo (2018) na biografia “Elza”, com apenas 13 anos de idade, Elza subiu ao altar ao lado de Alaordes, vestida de noiva com um modelo de tafetá confeccionado por sua avó. Depois daquele dia, a vida de Elza nunca mais foi a mesma. Em sua biografia escrita por Zeca Camargo (2018), Elza conta que era melhor encarar o marido, que todas as noites se deitava ao lado dela, como mais uma “brincadeira de criança”, do que levar à sério. E dessa “mesma brincadeira”, meses depois, nasceu João Carlos, que Elza chama carinhosamente de “Carlinhos”. “João Carlos nasceu quando eu tinha 14 anos e eu sabia que ele era meu filho, mas era mais como um boneco para eu brincar – um boneco de verdade, não aqueles de pano que eu tinha até então”, contou Elza para Zeca Camargo (2018, p. 40). Da união precoce com Alaordes, também segundo Zeca Camargo (2018), nasceram Carlinhos, Raimundo, amorosamente chamado por Elza como “Mundinho”, um filho que nem chegou a ser batizado, pois veio a falecer no parto; e logo depois, Gérson, Dilma e Gilson.

Fotografia 37 - Elza Soares e a mãe Rosária na favela de Água Santa – Rio de Janeiro.



Fonte: Camargo (2018, p. 50).

Com apenas 21 anos, como conta Júlia Warken, Elza já tinha velado dois filhos e estava viúva de Alaordes, que não resistiu a uma tuberculose. De acordo com Camargo (2018), “Mundinho” perdeu a vida por conta da fome, era uma criança desnutrida e acabou não resistindo, e como citado acima, o terceiro filho nem chegou a ser batizado. Também de acordo com Zeca (2018), Carlinhos, o filho mais velho, também possuía uma saúde frágil por conta da miséria em que viviam, fazendo com que Elza guardasse o pouco do pequeno salário que ela recebia para apostar a sorte (por inúmeras vezes) em jogos do bicho, uma forma de ganhar um pouco mais de dinheiro e evitar a morte de mais um filho. Mas Elza mal sabia que sua sorte grande não era o jogo do bicho, mas sim, a música, como afirma Camargo (2018). “Eu sabia que meu bilhete premiado era a música”, contou Elza para Zeca Camargo em sua biografia (2018, p. 53). Também segundo Zeca (2018), Elza tinha consciência de que sua voz era especial, e com a chegada de Gérson, mais uma gravidez que simplesmente

acontecia, Elza foi obrigada a entregar o filho para os padrinhos tomarem conta e se concentrar na saúde de Carlinhos.

Paralelo a isso tudo, Elza acreditava numa outra possibilidade de vida, alimentava o sonho de viver de música. “Eu não falava com ninguém – meus pais não iriam entender e Alaordes era totalmente contra a ideia. Mas eu sabia o que queria: era só eu ouvir uma estação de rádio qualquer, em casa ou na rua, que eu começava a pensar como eu iria fazer para um dia estar lá, fazendo o que eu mais gostava.” A esperança vinha pelas ondas do rádio. Elza admite que era uma aposta muito distante: todo mundo queria ser uma estrela do rádio nos anos 1950. Felizmente, ousadia nunca foi um problema para ela. Por menor que fosse sua chance, ela sabia que tinha que tentar (CAMARGO, 2018, p. 54).

O ditado “a dor ensina a gemer”, simboliza bem a forma como Elza decidiu se aventurar pela primeira vez na música. E foi em 1953, segundo Zeca Camargo (2018), que Elza encarou a ousadia de enfrentar um auditório e participar do programa “Calouros em desfile”, que era transmitido pela antiga e extinta Rádio Tupi, e apresentado por Ary Barbosa. Mesmo contra a vontade de Alaordes e de seus pais, naquele dia, também de acordo com Zeca Camargo (2018), Elza mentiu à sua mãe que visitaria o filho Gérson, que morava com os padrinhos em Santa Teresa, e foi se aventurar no rádio, em que, antes de se apresentar, passaria por uma seletiva. Zeca (2018) também conta que, provavelmente a mãe de Elza tenha estranhado o “traje” da filha, que vestia uma camisa branca com “muito pano para manga” naqueles braços finos, pesando somente 40 quilos, e uma saia escura que nem a faixa dourada que Elza prendeu na cintura impedia que a saia “rodopiasse” em seu corpo. E lá se foi ela, também segundo Zeca (2018), em uma viagem longa de ônibus até à rádio e cheia de alfinetes para remendar aquele figurino milhões de vezes maior do que ela. “Eu saí pregando alfinetes naquela saia, improvisando com todos os que consegui pegar na casa de minha mãe. E o cabelo ficou como eu sempre o penteava quando queria parecer um pouco arrumada, aquele cabelão duro não tinha muito jeito, era fazer duas bolinhas e amarrar com um lacinho”, contou Elza para Zeca Camargo em sua biografia (2018, p. 57).

Mas o visual naquele dia era o que menos importava, Elza precisava mesmo era cantar e passar pela seletiva que acontecia antes do programa. “A gente ensaiava sem plateia, com os músicos sob o comando de Claudionor Cruz, talentoso compositor e violonista. O difícil era começar, mas bastava cantar um

pouquinho que Claudionor já dava uma avaliada – tenho a impressão de que ele já passava para o Ary quem era bom ou não, quem ele poderia considerar para a nota máxima ou chamar simplesmente para a plateia rir daquela apresentação”, contou Elza para Zeca Camargo (2018, p. 60). Também segundo Zeca (2018), logo após cantar na seletiva, Claudionor pediu à Elza que o esperasse ao lado e a perguntou quem havia ensinado a menina a cantar. Também de acordo com Zeca (2018), Elza respondeu que ninguém havia a ensinado, e felizmente Elza iria cantar no programa do Ary.

Para Zeca Camargo (2018), a insegurança de Elza era tanta que ela mal conseguia escutar os demais calouros cantarem, o nervosismo tomava conta daquela pequena grande mulher. Até que, também segundo Zeca (2018), em um tom empolgado, mas também de deboche, Ary chamou “Elza Gomes da Conceição”. Geralmente artistas são recebidos com aplausos, mas Elza, também de acordo com Camargo (2018), foi recebida por muita risada do auditório, e também do apresentador, por conta da roupa que vestia. “Entrei segurando minha roupa para ela não desmontar e arrastando uma sandália muito vagabunda, que era a única que eu tinha, e o Ary logo me olhou com aquela cara de quem ia aprontar alguma comigo”, contou Elza para Zeca (2018, p. 62), que apesar de ser uma jovem bonita, a única coisa que chamava a atenção era o seu visual.

O que você veio fazer aqui?”, perguntou impiedoso. “Vim cantar”, respondeu Elza, achando que era melhor não ceder às brincadeiras. Ele dobrou então a provocação: “E quem disse que você canta?” Outra resposta curta: “Eu, seu Ary.” Apesar da aparência risível, parecia uma caloura difícil de “quebrar” com qualquer piada. Por isso, talvez, a próxima pergunta tinha beirado a grosseria: “Então, agora, me responda, menina, de que planeta você veio?” Elza: “Do seu planeta, seu Ary!” O apresentador, já perdendo a paciência, insistiu: “E posso perguntar que planeta é esse?” Parecia que a resposta já estava na ponta da língua: “Do planeta fome.” As risadas foram escasseando como lâmpadas que se apagam uma a uma num grande salão. Talvez despertado do transe irônico pelo silêncio, Ary Barroso cortou as gracinhas e convidou, então, Elza para cantar. “De Paulo Marques e Ailce Chaves, ‘Lama’ (CAMARGO, 2018, p. 62).

Fotografia 38 – Elza cantando nos anos 60.



Fonte: Camargo (2018, p. 64).

De acordo com Zeca Camargo (2018), enquanto Elza cantava, ela só conseguia pensar que em algum momento o gongo, objeto utilizado por Ary para interromper os calouros quando ele não gostava da interpretação, poderia tocar e acabar com a sua performance. Porém, o gongo não tocou, e também como conta Zeca (2018), ao acabar a apresentação de Elza, Ary levantou-se da cadeira, apoiou o braço no ombro de Elza e disse: “Senhoras e senhores, nasce uma estrela”, acompanhado de muitas palmas e assovios do auditório. E Elza, mesmo eufórica e feliz com aquele elogio de Ary, também de acordo com Camargo (2018), pensou que poderia ser uma piada do apresentador. Mas a verdade é que, naquela noite, realmente nascia uma estrela. Para Júlia Warken (2020), a rouquidão e singularidade da voz de Elza a transformaram em uma artista brasileira inigualável, fazendo com que a BBC de Londres a elegeesse como a melhor cantora do milênio no ano de 2000. Mas o pesadelo que Elza teria vivido na adolescência se perdurou por muitos anos, principalmente quando

a cantora se envolveu com o jogador de futebol Garrincha, que iniciou em meados dos anos 60, também de acordo com Warken (2020).

As fofocas já começavam a pipocar numa onda negativa – afinal de contas, Garrincha já era casado com outra mulher, Nair, e pai de sete filhas. Esta realidade deixava claro que tudo poderia estar por um fio. E Elza não queria ter margem de erro. “Tudo ali estava a favor do amor”, diz ela ainda hoje, como se fosse uma adolescente romântica. Nas linhas de *Minha vida com Mané*, escritas no fim daquela década de 1960, ela confessava, com ares de poesia: “De um momento para outro, senti que o amor existia de verdade, forte, arrebatante. Um verdadeiro mar. Imenso. Ficava horas ouvindo determinadas músicas que sabia que Mané gostava. E tudo era como aquela música de Dolores Duran na base ‘do só vou, se você for.’” Nas ruas, na imprensa – e até mesmo nos seus shows –, o que ela mais ouvia eram as críticas, na linha “esta mulher está acabando com a família brasileira”. Mas no seu coração, Elza só tinha a certeza de que havia encontrado paz (CAMARGO, 2018, p. 142, 143).

Vítima de violência doméstica, abuso sexual e psicológico desde a adolescência por seu primeiro marido Alaordes, com Garrincha não foi diferente. Júlia Warken (2020) conta que, por muito tempo Elza foi conhecida apenas como “amante do jogador Garrincha”, ou pela “mulher que fazia muitas plásticas”. A verdade é que, também segundo Júlia (2020), Elza somente ficou reconhecida por seu talento como artista e mulher negra há alguns anos, mais precisamente em 2015, quando gravou seu primeiro álbum com composições autorais chamado “A Mulher do Fim do Mundo”, em que, em sua música chamada “Maria da Vila Matilde”, pôde expressar toda violência psicológica, doméstica e sexual que viveu por muitos anos como forma de manifesto.

A melhor palavra para definir Elza é “sobrevivente”, afirma Júlia Warken (2020). Hoje, com 91 anos, também de acordo com Warken (2020), Elza foi brutalmente castigada pela vida, tendo seu sucesso como realmente “a cantora Elza Soares”, somente com 86 anos. Também de acordo com Júlia Warken (2020), ela enfrentou fortemente a pobreza, fome, o casamento precoce, o racismo, a violência doméstica e sexual, a ditadura, a morte de quatro de seus oito filhos (um que nem foi batizado, Raimundo, Garrinchinha e Gilson), e como se não bastasse, continua na luta contra um problema grave de coluna. Apesar da idade e das limitações, Elza faz questão de, hoje em dia, usar sua voz para tocar diversas gerações, mas principalmente, para manifestar-se. Hoje, ninguém mais cala Elza Soares.

Fotografia 39 - Elza em um show em Brasília em 2010.



Fonte: Camargo (2018, p. 357).

No próximo capítulo a moda será a protagonista. Quais eram as tendências? Quem eram as mulheres que inspiravam e ousavam na década de 50? Como a moda definia a personalidade de cada mulher através de um modelo? Todas essas perguntas serão respondidas e esclarecidas a partir de uma viagem para 1950, onde, através de muitas referências, minha intenção é mostrar o que era e como era a “moda” nos anos dourados.

6 DO GODÊ À SILHUETA: A REVOLUÇÃO DA MODA NOS ANOS DOURADOS

E a moda? A moda na década de 50, segundo Gilda Chataignier (2010), dá uma reviravolta, e pobre da moça que não vestisse naquela época a saia que se tornou um ícone entre as mulheres: a saia godê. Redonda e ampla, provocando não só panos para “muitas mangas”, mas também para muitas saias em função da sua grande armação, também de acordo com Chataignier (2010). A moda sempre é marcada por tendências, e é fato que sempre existirá a “febre do momento”: aquela peça que toda mulher em alguma ocasião irá vestir, nem que seja somente uma vez, pois realmente é a moda, e apesar de gostos, cores e estilos, a maioria das mulheres darão aquela “famosa experimentadinha para ver como fica”. No caso, na década de 50, a certeza é absoluta que por algum tempo, a “febre do momento” foi marcada pelas saias godê, como afirma Gilda Chataignier (2010).

Fotografia 40 – Audrey Hepburn usando a tendência godê.



Fonte: Rare (2018).

Fotografia 41 - Audrey Hepburn usando a tendência godê.



Fonte: Feller (2016).

As imagens acima são de Audrey Hepburn, atriz britânica e um ícone dos anos 50, usando uma das tendências da época: a saia godê.

Além da saia godê, ao embalo do ritmo romântico e encantador da Bossa Nova, a silhueta também ganhava destaque nos anos dourados. Para Chataignier (2010), a silhueta da mulher brasileira – perdida na *Belle Époque*, extravagante nos anos 20, sóbria na década de 30 e improvisada nos anos 40 – toma novos rumos no pós-guerra dos anos 50, salientando as curvas, especialmente os contornos dos quadris, das nádegas e das coxas, percorrendo do “norte ao sul” do corpo. Chataignier (2010), afirma que a moda naquela época realmente “toma corpo” e cria sua própria personalidade, por mais que ainda tivesse influências e inspirações da moda francesa e nas cinematográficas americanas. Também de acordo com Gilda Chataignier (2010), a alta-costura estava em alta na década de 50, e os costureiros faziam o papel de cirurgiões plásticos, realçando a sensualidade da mulher brasileira através das roupas.

É bom lembrar que as linhas de tendências de moda eram totalmente ditadas pela alta-costura, que assim colocava em pauta o refinamento aristocrático, grande referência para empolgar multidões loucas por moda, o que existe até hoje. Em pequenos envelopes marfim, encobriam-se os moldes em papel de seda com seus riscados tradicionais em azul, pormenorizando todos os detalhes da modelagem e da costura. Na capa dos envelopes, os belos croquis franceses assinados por Christian Dior, Jacques Fath, Jeanne Lanvin ou outro monstro sagrado da moda. E a grade dos moldes podia ser escolhido livremente, em geral entre os manequins 42 e 48. Possivelmente, cópia autenticada e sem passar por cartórios. A Cidade Maravilhosa nunca foi tão elegante! (CHATAIGNIER, 2010, p 131, 132).

Fotografia 42 - Marilyn Monroe.



Fonte: Vincent (2012).

Fotografia 43 – Marilyn Monroe.



Fonte: Over Blog (2017).

Fotografia 44 – Marilyn Monroe.



Fonte: Fashionmommy's Blog (2018).

Nas fotos acima, Marilyn Monroe, atriz, modelo e cantora norte-americana, um ícone feminino e grande influência, tanto na moda, quanto para as mulheres na década de 50. Marilyn é o retrato da sensualidade através da silhueta que marcaram os anos 50.

Para Mariana Boscarol (2021f) o cinema vinha ganhando cada vez mais força e projeção na década de 50, e com isso, em meio a uma sociedade ainda muito conservadora, as atrizes de Hollywood estavam entre as principais responsáveis por difundir modas e quebrar paradigmas. Marilyn Monroe, citada acima por seus figurinos com muita silhueta e sensualidade, foi e é um ícone feminino que marcou os anos 50. Segundo Gilda Chataignier (2010), no Brasil duas linhas anatômicas possuíam destaque: a das *vedetes* de teatros de revistas (algumas vezes em versões nacionais das *pin-ups* americanas), e das elegantes que posavam com grifes e atitudes de *blasés*. Na primeira linha, de acordo com Chataignier (2010), destacavam-se os vestidos colantes com fendas nas pernas, decotes, cetins provocantes e uma produção regada a cílios e unhas postiços, batom extravagantemente vermelho e saltos altíssimos. Já na segunda linha, também de acordo com Chataignier (2010), destacavam-se as mulheres mais “alinhadas”: madames com *tailleurs* bem apropriados, vestidos *chemisiers*, saias

lápiz ou godê, blusas brancas com detalhes em jabô, rendas e nervuras, e acessórios como chapéus com abas grandiosas em crinol, bolsas de crocodilos, joias em ouro com pedras coloridas, e para completar a elegância dos looks: luvas. O conceito de madame ficou especificado nesta segunda linha.

Fotografia 45 – Marilyn Monroe e Jane Russel.



Fonte: Vintage (não datado).

Na foto, Marilyn Monroe e Jane Russel, em grande sucesso de 1953, “Os Homens Preferem as Loiras”, filme norte-americano de gênero comédia musical. Nitidamente podemos incluir Marilyn e Jane na primeira linha anatômica citada acima.

Fotografia 46 – Cantora Maysa em 1958.



Fonte: Enciclopédia Itau Cultural (2021).

Na foto, a cantora Maysa interpretando seu sucesso lançado em 1958 “Meu mundo caiu”. O estilo de Maysa na década de 50 se inclui perfeitamente na segunda linha anatômica citada acima.

Ah os modismos da década de 50! Das madames de saia godê, até as mulheres mais empoderadas (na época poderíamos considerar um tanto quanto “ousadas”) que esbanjavam sensualidade através da silhueta, nos anos 50 a moda e suas influências não estavam presentes somente nas roupas e nos acessórios, como também nas lingerie. Tendência na década de 50, Chataignier (2010) conta que em 1950 as brasileiras despertavam para as lingerie mais elegantes e luxuosas, como em seda pura e cetim *peau d’ange* (pele de anjo em francês) para sutiãs, calcinhas e combinações. Com o fervor

das indústrias têxtil, também de acordo com Chataignier (2010), no dia a dia era utilizado peças de malha, e as anáguas, na maioria das vezes confeccionadas em algodão, tinham o babado que ficava na barra sempre engomado com farinha de trigo. Para o lazer e dormir, também como conta Gilda Chataignier (2010), os pijamas eram de opala ou flanela, e o quimono, utilizado como chambre, era uma peça indispensável para proteger a intimidade do corpo dentro de casa.

Fotografia 47 – Surgimento do sutiã com almofada.



Fonte: Zanotti (2017).

Representação de como eram as lingerie da década de 50. Os sutiãs e corpetes no estilo “tomara que caia” eram os que mais predominavam entre as mulheres. A maioria dos sutiãs reproduziam, mesmo que levemente, o formato de um cone. Na maioria das vezes, as lingerie e corpetes “casavam” com as anáguas usadas por baixo das roupas.

Já o modismo das saias, até 1954, segundo Chataignier (2010), a queridinha era a saia godê no modelo “guarda-chuva”: o comprimento no tornozelo. Logo depois, também de acordo com Gilda Chataignier (2010), foram surgindo as saias de tergal plissadas, com babados e os conjuntinhos *ban-lon*. As blusas, segundo Gilda Chataignier (2010), eram em geral brancas lisas, listradas ou com delicadas estampas. As mangas, também de acordo com Chataignier (2010), eram diversas: japonesas curtas ou longas, cavas caídas ou americanas. Os detalhes, como conta Chataignier (2010), também eram

inúmeros e predominavam os laços, jabôs, fechamentos em *cachecoeur* e bordados. E não menos importante, a “grande ousadia” da década de 50: a blusinha barriga de fora. Essa peça, segundo Gilda Chataignier (2010), que era considerada ousada nos anos dourados, teve grande influência da atriz e cantora Carmen Miranda, uma das primeiras mulheres a colocar a “barriga de fora”. Chataignier (2010), conta que a “pequena notável” era (e é) um ícone brasileiro tão forte, que a mesma foi uma das únicas pessoas a conseguir levar a moda do Brasil para o exterior.

Fotografia 48 – Carmen Miranda em 1947.



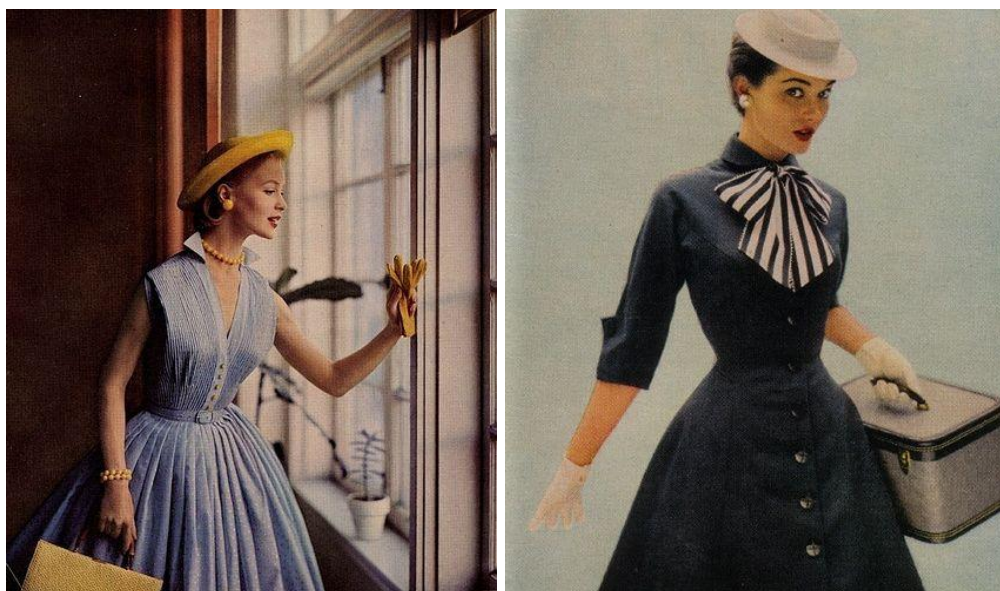
Fonte: Calegari (2017).

Carmen Miranda em 1947, no Copacabana Palace. A atriz e cantora levou a moda e a cultura brasileira para fora do nosso país, sendo uma das únicas brasileiras a lançar uma tendência de moda no exterior: o “Miranda Look”, marcado pelo uso da barriga de fora, que hoje chamamos de cropped, turbantes

(que foram inspirados nas baianas e estilizados em seus figurinos. A fantasia de baiana é a fantasia mais usada no Brasil, tudo por influência da “pequena notável”) e muitos balangandãs.

Os vestidos, também segundo Chataignier (2010), o “queridinho” da época era o falso-vestido, basicamente um duas peças simulando uma só, no caso, o vestido. Além deste modelo, também estava em alta o modelo justo nos quadris afinando até os joelhos. Nos detalhes, também de acordo com Gilda Chataignier (2010), predominavam as mangas japonesas curtas, pences no busto, cinto com fivela no mesmo tecido da peça do vestido, golas chemise levantada atrás ou grande e dupla, e abotoamento frontal dos vestidos, muito utilizado nos anos 50. No verão, como conta Chataignier (2010), predominavam os vestidos de alcinhas com o colo e as costas nus, e os mesmos eram acompanhados de boleros ou peles verdadeiras. Os vestidos de festa possuíam corte princesa, além de estolas longas e glamourosas no mesmo tecido do vestido, também segundo Gilda Chataignier (2010).

Fotografia 49 – Vestidos da década de 50.



Fonte: Marisa (não datado) e Freemont (2010).

Representação de vestidos da década de 50. Silhueta marcada, botões frontais, detalhe em laço, gola chemise levantada, cinto com fivela coberto pelo

mesmo tecido do vestido, e vestido com a saia godê e godê plissado, assim como citado acima.

Fotografia 50 – Marilyn Monroe nos anos 50.



Fonte: Veen (2014).

Mais uma vez, utilizo o ícone Marilyn Monroe para representar um pouco da moda dos anos 50. Na foto, Marilyn está de vestido de festa com corte princesa em cetim (tecido que estava em alta na época) e para acompanhar, “pele” por cima (em espécie de estola) e luvas.

Os tailleurs, também muito usados na década de 40, permaneciam em alta nos anos 50. Porém, nos anos dourados, o tecido que predominava a moda dos tailleurs, segundo Gilda Chataignier (2010), era alfaiataria. Para Chataignier (2010), eram tendência as mangas três quartos, e muitas vezes, as mesmas eram acompanhadas de detalhes em renda nos punhos, assim como nas golas. As saias tanto eram justas realçando a silhueta, quanto fartas no modelo godê. As calças compridas, também como conta Chataignier (2010), antigamente muito associadas ao homem e não à mulher, virou uma tendência fortíssima nos anos 50, destacando o “boom” da calça jeans. Segundo Chataignier (2010), na década de 50 dois modelos de calças eram as “queridinhas” da mulherada: as calças no estilo corsário, com pences na cintura, justas nas pernas e com

comprimento abaixo do joelho; e as calças capri, que naquela época era um pouco mais alongada. Mas a grande tendência, o “xodó” das mulheres, também de acordo com Chataignier (2010) eram as calças jeans, que aqui no Brasil eram chamadas de calça rancheira, coringa ou americana. Para complementar o look com a queridinha do momento, um clássico chamado t-shirt, que continua sendo tendência nos dias de hoje. Gilda Chataignier (2010) ainda comenta que naquela época a “febre” da calça jeans era tão forte, que muitas vezes se formava filas enormes de jovens que queriam comprá-las.

Fotografia 51 e 52 – Modelo com mangas três quartos .



Fonte: Sughera (não datado) e Victoria and Albert Museum (não datado).

Representação de tailleurs na década de 50. Os mesmos, que na época eram muito utilizados no modelo com mangas três quartos, também eram acompanhados de luvas, dando ainda mais elegância ao look.

Fotografia 53 e 54 – Audrey Hepburn usando calça capri.



Fonte: Distinctively (2021).

Audrey Hepburn, atriz britânica e um ícone da década de 50, utilizando um modelo de calça capri, que na época era um pouco mais alongada que os modelos de hoje (2021).

Percebe-se nitidamente que os anos 50 possui uma evolução grande da moda e seus estilos em apenas dez anos. No parágrafo acima, cito Audrey Hepburn como uma grande influência na década de 50, pois foi justamente nos anos dourados que a atriz atuou em seu primeiro filme que até hoje faz grande sucesso. “Roman Holiday”, aqui no Brasil conhecido como “A Princesa e o Plebeu”, é uma comédia romântica norte americana de 1953, época em que a saia godê era a febre do momento, como já falado neste subcapítulo. Segundo Caio Bagoni (2019), “Roman Holiday” inicia contando a rotina real da princesa Ann, protagonizada por Audrey, que se cansa de viver dentro de um palácio e resolve fugir para conhecer e entender o que acontecia na cidade, que aparentemente, era muito mais divertido do que a vida na realeza. Como típico e clichê filme de comédia romântica, ainda mais quando envolvem histórias de princesas, também segundo Bagoni (2019) a protagonista se esbarra em um jornalista chamado Joe Bradley, protagonizado por Gregory Peck, e juntos aproveitam para se divertir em Roma.

Fotografia 55 – Cena do filme “A princesa e o plebeu”.



Fonte: Cinematographic (2013).

Esta imagem é de uma das cenas mais “icônicas” do filme: quando a princesa Ann se atreve a conduzir a lambreta sozinha (sem nunca ter conduzido uma lambreta antes) e Joe sai correndo para ajudá-la. O figurino e o estilo são típicos do início dos anos 50: saia godê, cinto marcando a silhueta na mesma cor do tecido da saia, lenço no pescoço formando um “laço” e franja no cabelo.

Também segundo Caio Bagoni (2019), não foi à toa que Roman Holiday venceu três Óscares nas categorias figurino, roteiro e atuação. De acordo com Bagoni (2019), a estreia de Audrey como atriz já lhe rendeu um Oscar por conta de sua atuação no filme, vencendo a categoria de “melhor atriz”. Além deste grande reconhecimento, a atriz ainda ganhou a grande oportunidade de atuar ao lado de Gregory Peck, que já possuía uma carreira bem estabelecida, como conta Caio Bagoni (2019). A comédia romântica “leve e simples”, que de acordo com Bagoni (2019) rendeu muitas premiações, divertiu aqueles que assistiram ao filme na década de 50 (e aqueles que hoje ainda o assistem) com um dia

intenso, divertido e cheio de romance da princesa Ann descobrindo “cada esquina de Roma” como uma “maravilha do mundo”.

Fotografia 56 – Cenas do filme “A princesa e o pebleu”.



Fonte: CINE (não datado).

Fotografia 57 e 58 – Imagens do figurino do filme “A princesa e o pebleu”.



Fonte: Jana (2021) e Vogue (2012).

Nas fotos acima que estão em padrão monocromático, são algumas cenas do filme. Já na terceira foto em que Audrey está sozinha e posando para foto, percebe-se bem a cor do figurino e a saia com silhueta marcada e no modelo godê. O tom de azul faz toda a simbologia à princesa, que lembra muito a cor e a silhueta da princesa da Disney Cinderela.

Figura 11 – Princesa da Disney Cinderela.



Fonte: Estadão (2021).

Cinderela, um clássico da Disney lançado em 1950 também diz muito sobre a moda na década de 50: saia godê com silhueta marcada com uma saia com bastante armação dando o toque princesa. As luvas acima dos cotovelos eram as mais usadas em festas, ombros mais à mostra, franja + louro (tendência total nos anos 50) e a tiara complementando o coque.

Mas não somente de clássicos de princesas e comédias românticas foram marcados os anos 50. Outro ícone feminino da década de 50 foi Brigitte Bardot. Segundo Dani Noce (não datado) Brigitte iniciou sua carreira em 1956 no filme

Ítalo-francês “E Deus Criou A Mulher” como Juliette, uma menina órfã de dezoito anos que era extremamente livre e cobiçada por um homem muito rico, mas Juliette era apaixonada por outro homem. No enredo do filme, também de acordo com Dani Noce (não datado), o simples fato dela andar descalça acendia o desejo dos homens por ela (ainda bem que o mundo evoluiu, não é mesmo?). Segundo Dani Noce (não datado), a estreia de Brigitte no filme fez com que ela se tornasse símbolo sexual por décadas, e obviamente, em meio a uma sociedade muito machista dos anos 50, a atriz foi muito criticada pelo seu papel. Porém, também de acordo com Noce (não datado), era apenas o início de uma “era Bardot”, que a proporcionou tantos outros trabalhos no cinema onde ela apareceria ainda mais de biquíni e exibindo toda a sua sensualidade. Segundo Noce, Brigitte foi a primeira mulher e atriz a não usar meias em um filme.

Fotografia 59 - Brigitte Bardot em “E Deus Criou a Mulher”.



Fonte: O Globo (não datado).

Se tem algo que pode representar bem “BB” – mas não só – é a sua **sensualidade**. Em uma época em que o mundo e a França traziam mulheres vestidas de uma forma “mais comportada” ou ainda, quando sexys, com muito vermelho e tecidos de seda, Bardot chegava com seus cabelos longos e loiros presos com muito volume (quase bagunçados), seus olhos pretos e um ar quase que inexplicável de alguém livre e distópica para o momento. O ponto é que não importasse a cor da roupa, quantidade de tecido ou corte, Brigitte Bardot fazia com que tudo tivesse autenticidade e sensualidade, mas num estilo mais casual de ser (NOCE, não datado).

Brigitte Bardot é a cara da mulher dos anos 50, que mesmo em uma sociedade muito conservadora e retrógada, se tornou um ícone feminino por seu empoderamento e inspirou muitas outras mulheres. Diferentemente de Marilyn Monroe, que já foi citada neste subcapítulo por sua sensualidade e ousadia nos anos 50, segundo Dani Noce (não datado), a sensualidade de Marilyn e Bardot eram muito diferentes. Marilyn era sensual e luxuosa. Já Brigitte, era sensual e confortável ao mesmo tempo. Isto porque, também segundo Noce (não datado), o sensual de Brigitte formava-se através de looks despojados, t-shirts, algodão e muito couro, minissaias xadrez, pouco salto e mais uso de sapatilhas; cabelo volumoso, louro e com franjinha, e olhos bem marcados com seu lápis preto. Uma mistura de naturalidade, liberdade e empoderamento. E se hoje usamos calça jeans com t-shirt, muito é da influência que esta grande mulher revolucionou desde muito nova, como conta Dani Noce (não datado).

Fotografia 60 e 61 - Os despojados cabelos louros “com franjinha” de Brigitte Bardot, e os sedutores e realçados olhos através do lápis preto.



Fonte: Noce (não datado).

Fotografia 62 e 63 - Brigitte usando o look queridinho das mulheres mais jovens dos anos 50 (que é um “xodozinho” da mulherada” até hoje): calça capri e t-shirt.



Fonte: Noce (não datado).

O estilo moda praia, segundo Gilda Chataignier (2010), é a representação de Esther Williams, atriz americana que também foi campeã de natação. Na década de 50, também de acordo com Chataignier (2010), os maiôs eram semelhantes aos shorts, pois possuíam “perninhas”. Para Gilda Chataignier (2010), os decotes eram variados e os “babadinhos” levavam mais graça aos trajes de banho. “O duas-peças aparece em Copacabana nos corpos torneados das vedetes e deixa, nas menos ousadas, cerca de 15cm de pele entre o sutiã e a calcinha”, conta Chataignier (2010, p. 135). Para saídas de praia, utilizava-se shorts ou calças capri, e na parte de cima, blusas soltas ou túnicas, também de acordo com Chataignier (2010). E para finalizar, segundo Gilda Chataignier (2010), as bolsas tinham a cara da praia: de palha ou vime.

Fotografia 64 e 65 – Moda praia anos 50.



Fonte: Vintage (2016).

Esther Williams, nadadora e atriz estadunidense, vestindo os trajes de banho que eram tendência na década de 50.

Fotografia 66 - Martha Rocha, eleita a primeira Miss Brasil em 1954, com o maiô tendência dos anos 50.



Fonte: Belém (2020).

E por último, mas não menos importante, os detalhes e acessórios que estavam em alta nos anos dourados. Conforme Chataignier (2010), os sapatos eram tipo sapatilha ou scarpins, e as bolsas predominavam as alças curtas, em couro, *lézard* ou crocodilo. As carteiras, também de acordo com Gilda Chataignier (2010) eram forradas em tecidos e bordadas em canutilho ou paetê para as festas. Podemos dizer que, de acordo com Chataignier (2010) a década de 50 foi “recheada” de acessórios, de todos os tipos, de diversos gostos, passando pelos chapéus, boinas, muita bijuteria, luvas, óculos, até chegar nos lenços.

Chapéus, utilizado em todas as ocasiões, como os de abas largas em palha italiana, os *toques*, com ou sem veuzinho, em geral de tecidos de qualidade, só para complementar o traje, ornados com flores ou gorgorão; a boina estilizada levava uma peninha ou um véu; bijuteria: presença do plástico colorido em todas as peças, brincos de pressão, tais como argolas, *chuveiro*, além dos clássicos imitando pérolas ou redondos de metal dourado, pulseiras com correntes de metal com

balangandãs; broches de metal, cera ou tecido com motivos florais; anéis grandes e com pedras coloridas; joias: seguindo a mesma linha de bijuterias, o ouro era o metal da vez e as meninas-moças, quando completavam 15 anos, ganhavam dos pais um colar de pérolas; luvas: curtas para o dia, em malha de suedine, crochê, tricô, couro fino, que no inverno seria mais encorpado, ou de camurça; para festas, comprimento quase atingindo os cotovelos e feitas de cetim ou camurça fina. Para bailes, luvas longas acima dos cotovelos, drapeadas ou lisas, em cetim ou renda; óculos: o estilo esportivo e sem grau era o *best-seller*, principalmente com armação branca, design de gatinho e lentes verdes. Lenços: a grande moda nos cabelos, amarrados sob o queixo, fazendo o estilo turista americana na Europa, muitos dos quais eram assinados por grandes nomes da moda. A voga perdurou até os anos 1960 (CHATAIGNIER, 2010, p 135, 136).

Fotografia 67 e 68 – Casacos e acessórios da década de 50.



Fonte: Quora (2020).

Fotografia 69 – Acessórios dos anos 50.



Fonte: Gonzalez (2020)

Fotografia 70 – Breve linha do tempo sobre a moda nos anos 50.

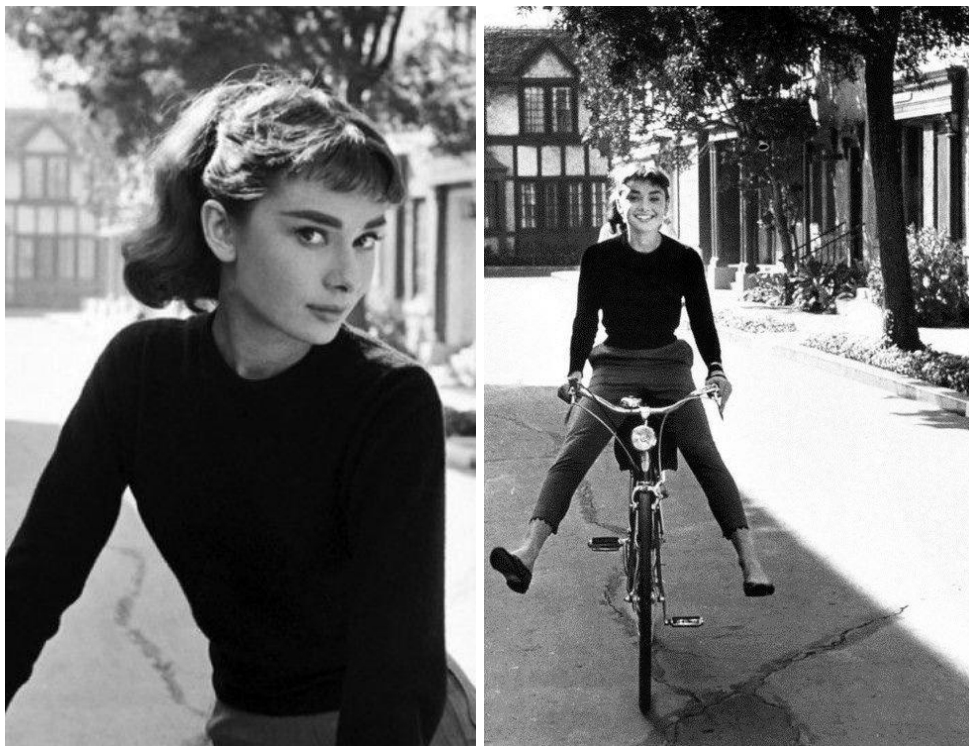


Fonte: Vintage Fashion (2019).

As imagens acima demonstram de forma breve, quais e como eram utilizados os acessórios nos anos 50. Chapéus, boinas, luvas curtas para o dia e alongadas para a noite, cintos, lenços, óculos no estilo “gatinho”, estolas e até mesmo guarda-chuvas, eram os acessórios que faziam a composição com os looks dos anos dourados. É nítido como em dez anos, a moda nos anos 50 evoluiu e se modificou tanto.

Para finalizar os modismos da década de 50, mas não menos importante, como era a beleza e a vaidade da mulher em 1950? Para Gilda Chataignier (2010), os penteados possuíam duas fortes tendências: os cabelos curtos com franja e minimamente ondulados, e os longos, presos em rabos de cavalo, soltos ou então “rebeldes”. Também de acordo com Chataignier (2010), o coque era utilizado por jovens senhoras, e o tom de cabelo louro estava em alta, mesmo que ainda muito novo entre as mulheres; e a permanente era a nova tendência. A maquiagem era mais natural, mas com aquele toque de sensualidade através das cores, muito presente nos anos dourados. Segundo Chataignier (2010), as maquiagens nos anos 50 eram feitas com pós de arroz, bases, *rouges* rosados mais leves, e os batons ou eram com brilho, ou nas cores vermelho Chanel, laranja flamboyant e rosa shocking. Rímel e lápis tipo *crayon* para fazer o charme da “mulherada” da década de 50: o delineado “gatinho”, também segundo Gilda Chataignier (2010).

Fotografia 71 e 72 - A atriz Audrey Hepburn representa os cabelos curtos com franjinha e meio ondulados, assim como também utilizava muito o delineado gatinho.



Fonte: Mujerhoy (não datado) e Melleparis (2007).

Fotografia 73 - A atriz Audrey Hepburn representa os cabelos curtos com franjinha e meio ondulados, assim como também utilizava muito o delineado gatinho.



Fonte: Ghanem (2017).

Fotografia 74 e 75 – Brigitte Bardot era a personificação da sensualidade e do empoderamento feminino em 1950.



Fonte: Neal (2021).

Fotografia 76 - Brigitte Bardot era a personificação da sensualidade e do empoderamento feminino em 1950.



Fonte: Neal (2021).

Brigitte Bardot era a personificação da sensualidade e do empoderamento feminino em 1950, mas também podemos chamá-la de “rainha dos cabelos rebeldes, louros e “despojados”, estilo típico dos anos 50.

Neste capítulo, o objetivo é compreender como era a moda nos anos 50, o que era tendência e quem eram as mulheres que se tornaram grandes influências para outras mulheres, não somente através da moda, mas também de personalidade. No próximo capítulo, a cor “embarca” na “viagem” desta pesquisa, na intenção de, através de 11 cores específicas, mostrar seus respectivos significados e a importância de fazer a escolha correta de como usar cada uma delas. Bem-vindos ao capítulo mais colorido deste trabalho!

7 ESTENDENDO O TAPETE VERMELHO PARA AS CORES PASSAREM

A cor está em praticamente tudo. Livros, revistas, materiais publicitários, roupas, acessórios, alimentos, objetos, na televisão, no cinema, nas ruas, dentro das nossas casas. Ela está inserida e presente em tantos fatores, contextos e objetos, que um trabalho de conclusão de curso não seria suficiente para criar um “dicionário de onde a cor está inserida”. Neste capítulo, a cor será a protagonista da história, abordando conceitos e significados, e respondendo muitos “porquês” da utilização da mesma, e que muitas vezes, o significado passa despercebido por muita gente.

De acordo com Stamato, Staffa e Von Zeidler (2013), o cinema surgiu através de uma criação dos irmãos Lumière, que inventaram um cinematógrafo, que quando mostrado para o público, dava a ideia de que uma imagem em movimento estava sendo projetada, cujo seu funcionamento era manual. Com o cinematógrafo, também segundo Stamato, Staffa e Von Zeidler (2013), os irmãos franceses criavam filmes através de imagens, como, por exemplo, reproduzindo a chegada de um trem em uma estação, ou até mesmo filmando paisagens. Para Gisela Heymann (1991), quem passava pelo Boulevard des Capucines, bairro localizado na famosa e romântica Paris, em meados de 1895, nunca mais esqueceu da extensa fila que se estendia a cada minuto daquele dia. Também de acordo com Heymann (1991), agasalhados contra um rigoroso inverno parisiense, mulheres, homens e até mesmo crianças esperavam ansiosamente para entrar no subsolo do Grand Café, que foi batizado como “Salão Indiano”.

Uma vez instalados nas 100 cadeiras dispostas diante de um grande pedaço de pano branco, assistiam a um fantástico espetáculo de luzes e movimentos. Em certo momento, um trem avançava em direção à plateia, para depois desaparecer num canto da tela. Pouco depois, podia-se observar a saída dos operários, na pausa do almoço, da fábrica Lumière, instalada em Lyon (HEYMANN, 1991).

Também de acordo com Heymann (1991), a sessão criada pelos irmãos Lumière tinha duração de 20 minutos e custava 1 franco por pessoa, aqui no Brasil, R\$5,94. Stamato, Staffa e Von Zeidler (2013) contam que, só foram surgir filmes nos quais possuíam um roteiro e uma história, quando em 1902, George Méliès criou o filme “A Viagem à Lua”, prendendo ainda mais a atenção dos espectadores com aquela tamanha novidade e inovação. Para Dalpizzolo

(2007), os primeiros filmes coloridos, criados por Méilès, Pathé e Gramount, eram pintados à mão por operários, e conforme o roteiro e o tempo de duração de cada filme foram ficando maiores, tornou-se uma mão de obra intensamente trabalhosa. Segundo Stamato, Staffa e Von Zeidler (2013), naquela época existia um método chamado tintagens, onde a película era tingida por cores uniformes, e as mesmas representavam e significavam várias funções. Por exemplo, também de acordo com Stamato, Staffa e Von Zeidler (2013): a cor azul representava a noite, o verde representava as paisagens, e o vermelho era utilizado para simular incêndios. Futuramente, também segundo Stamato, Staffa e Von Zeidler (2013), começaram a ser utilizados filtros coloridos, em que cada cena precisava ser filmada inúmeras vezes e com diferentes filtros, para que os mesmos formassem imagens bicolores.

Mas afinal, o que é a cor? Para Stamato, Staffa e Von Zeidler (2013), a cor é um fenômeno físico-químico que, através dos raios luminosos chegam até as retinas dos nossos olhos, estimulando os nervos ópticos ligados ao nosso cérebro. Também segundo Stamato, Staffa e Von Zeidler (2013), nossos olhos reconhecem as cores através das células cones, que segundo o Manual MSD (não datado), são os responsáveis pela visão central, precisa, detalhada e em cores; e os bastonetes, que também de acordo com o Manual MSD (não datado), são as células responsáveis pela visão lateral e noturna, e diferentemente dos cones, os bastonetes são bem mais sensíveis e numerosos, porém, os mesmos não possuem uma visão tão detalhada, assim como não registram as cores, uma função dos cones.

Para Stamato, Staffa e Von Zeidler (2013), além dos valores e significados científicos, as cores também possuem diversos significados emocionais, físicos e mentais. Como por exemplo, também segundo Stamato, Staffa e Von Zeidler (2013), as cores podem definir vários contextos e significados, como o estado de espírito e a personalidade de uma pessoa ou de um personagem, assim como no cinema, as cores podem indicar qual gênero um filme está inserido.

Para Ariane Padilha (2009), as cores são divididas e classificadas conforme os efeitos de percepção que causam em cada pessoa.

Cores primárias: são cores que não podem ser descompostas, pois através delas são criadas outras cores. São elas: cores- luz primárias, vermelho, verde e azul; e cores-pigmento primárias, ciano, magenta e amarelo.

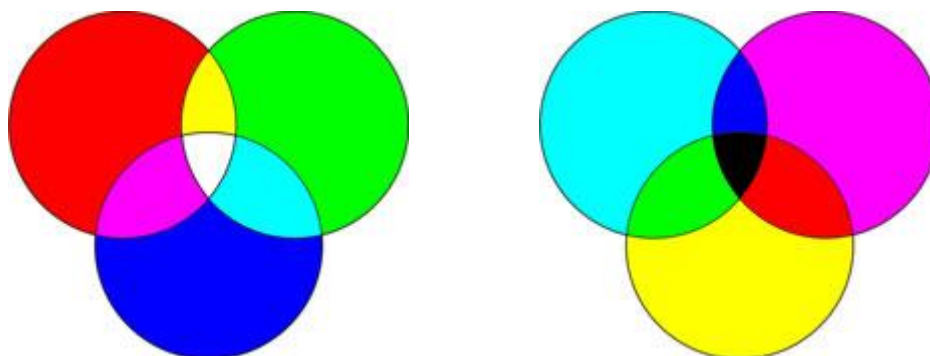
Figura 12 – Classificação das cores.



Fonte: Padilha (2009).

Cores secundárias: são as cores formadas pela mistura das cores primárias. São elas: cores luz-secundárias, classificadas por ciano (verde + azul), magenta (vermelho + azul), e amarelo (vermelho + verde); e as cores pigmento-secundárias, formadas por verde (ciano + amarelo), vermelho (magenta + amarelo), e azul (magenta + ciano).

Figura 13 - Cores luz-secundárias e figura 14 - cores pigmento-secundárias.

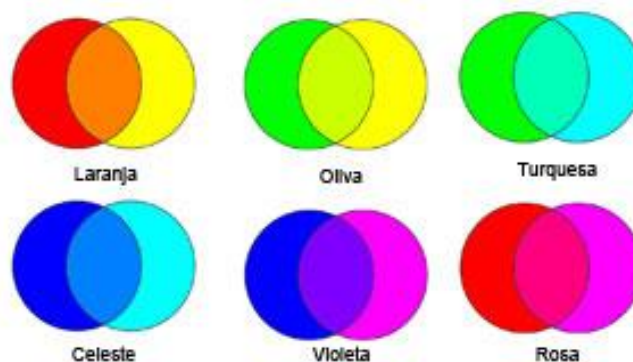


Fonte: Padilha (2009).

Dentro da classificação das cores, também segundo Padilha (2009), também temos as cores terciárias, que são aquelas cores obtidas pela mistura de uma cor primária + uma cor secundária. As cores laranja, turquesa, oliva, violeta, azul celeste e rosa são cores classificadas como terciárias, também de acordo com Ariane Padilha (2009). Já as cores complementares, também como

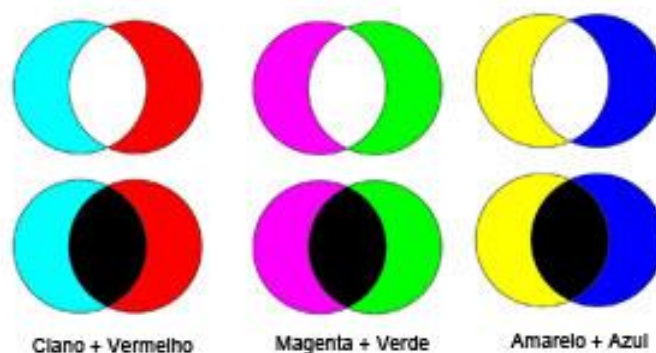
conta Padilha (2009), são aquelas cores que, quando misturadas, originam o ponto final de cada síntese. Portanto, o branco na aditiva e o preto na subtrativa.

Figura 15 – Cores terciárias.



Fonte: Padilha (2009).

Figura 16 – Cores complementares.

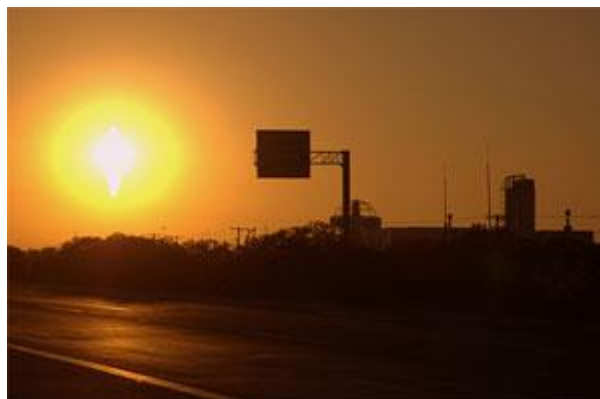


Fonte: Padilha (2009).

E para finalizar a classificação das cores, mas não menos importante, também segundo Ariane Padilha (2009), a identificação das cores quentes, cores frias e cores neutras. Para Padilha (2009), as cores quentes são todas aquelas que remetem uma sensação de calor, sensualidade e luz. Portanto, estão categorizadas como cores quentes o magenta, o amarelo, o laranja e todas aquelas outras cores que proporcionam uma relação com luz, fogo e calor. Já as cores frias, também de acordo com Padilha (2009), são aquelas que transmitem

uma sensação de frio, tranquilidade, conforto, e que muitas vezes também são associadas à água. São categorizadas como cores frias o azul, o ciano e o verde, por exemplo. As cores neutras, que também segundo Padilha (2009), são todas aquelas cores que não são influenciadas por outras e que também não influenciam outras cores por conta da pouca energia que possuem, por isso são chamadas de “neutras”. São classificadas cores neutras o branco, o preto e todas as outras cores que, devido à falta de saturação, derivam dessas duas cores. Mas não confunda: cores neutras não são cores pastéis. Para Ariane Padilha (2009), diferentemente das cores neutras, os tons pastéis são todas aquelas cores misturadas com o branco.

Fotografia 77 – Imagem que representa a classificação de cores quentes.



Fonte: Padilha (2009).

Fotografia 78 – Imagem que representa a classificação de cores frias.



Fonte: Padilha (2009).

Fotografia 79 – Imagem que representa a classificação de cores neutras.



Fonte: Padilha (2009).

Fotografia 80 – Imagem que representa a classificação de cores pastéis.



Fonte: Padilha (2009).

Além da classificação das cores, é indispensável citar a harmonia cromática, pois é através dela que, segundo a Avmakers (2017), uma peça

publicitária possui tanto destaque e chama tanta atenção, por utilizar e desenvolver corretamente a harmonia cromática para aquele material. Assim como, segundo Stamato, Staffa e Von Zeidler (2013), muitos filmes utilizam da harmonia cromática para definir cores cruciais e essenciais para aquele tipo de filme, tipo de personagem, de cenário e figurino, por exemplo. É a partir da combinação cromática que os filmes criam suas próprias paletas de cores.

Para Stamato, Staffa e Von Zeidler (2013), cada cor possui um significado e um tipo de influência sobre as pessoas, e isso varia de acordo com a cultura de cada país e estado. Para Modesto Farina, Clotilde Perez e Dorinho Bastos (2006), a cor é inegavelmente influenciada pelo clima. Por exemplo, segundo Farina, Perez e Bastos (2006), em regiões em que faz muito calor, recomenda-se que as pessoas utilizem roupas brancas, amarelas, azuis e verdes, ou seja, roupas de tonalidades claras (cores frias), pois as mesmas refletem os raios solares. Já nas regiões onde o frio é rigoroso, também segundo Farina, Perez e Bastos (2006), a utilização de roupas escuras como preto, marrom, azul escuro e cores mais acinzentadas, por exemplo, é mais recomendado, pois essas cores absorvem o calor.

Em grandes traços, é isso que vemos acontecer. O homem se volta instintivamente para o uso da cor que, de uma certa maneira, o clima lhe impõe. Mas há, nesse setor, uma influência que é inegavelmente poderosa: a moda. Vamos notar então que mais imperativo do que a influência climatológica são os caprichos e desejos dos que criam a moda. Facilmente, os critérios acima, que seriam lógicos, podem ser mudados por um costureiro ou uma modelo de renome. Poderíamos ver, então, hipoteticamente, acontecer, por exemplo, o seguinte: "Gisele Bündchen decreta o uso do branco para esse inverno". Aconteceria, então, uma contradição flagrante do que seria o óbvio. É inegável que a cor desempenha um papel preponderante na moda. A maior parte das vezes não dizemos "Neste verão vai se usar tal modelo"; mas sim: "A cor que vestirá mulheres elegantes neste verão será o 'preto'". É como há alguns anos, quando vimos o "vestido pretinho", que, inclusive, era apanágio de ocasiões mais elegantes, ser usado até mesmo para compras na feira, em pleno verão, numa flagrante oposição à lógica (FARINA, PEREZ E BASTOS, 2006, p.35).

Portanto, para Farina, Perez e Bastos (2006), a moda faz com que a cor se desligue um pouco da influência climatológica de uma determinada região, criando a sociedade de consumo em que vivemos. Porém, também de acordo com Farina, Perez e Bastos (2006), no campo da arte a influência da cor em relação ao clima é traduzida perfeitamente. Farina, Perez e Bastos (2006),

exemplificam que, o artista do norte, que vive dentro de um cromatismo intenso causado pelo sol na zona equatorial, representa muito na arte luminosa e de paisagem intensa. Já nos figurinos, também de acordo com Farina, Perez e Bastos (2006), são sempre coloridos e vibrantes, fazendo um grande contraste com a arte produzida no sul, onde os figurinos já são todos voltados para as cores frias.

Fotografia 81 - A imagem do filme o Auto da Compadecida mostra a influência das cores quentes tanto no figurino, quanto no cenário da obra.



Fonte: Macedo (2020).

Fotografia 82, 83 e 84 - A imagem acima mostra três figurinos de personagens da primeira fase da novela Velho Chico, exibida pela Rede Globo. 70% das cenas foram gravadas no nordeste, predominando as cores quentes tanto no cenário, quanto no figurino.



Fonte: Caras Digital (2016).

Fotografia 85 - A série “Doce de Mãe” gravada em Porto Alegre e também exibida pela Rede Globo, contava com o figurino mais voltado para as cores frias, com muita utilização de azul e verde.



Fonte: Vídeo Show (2012).

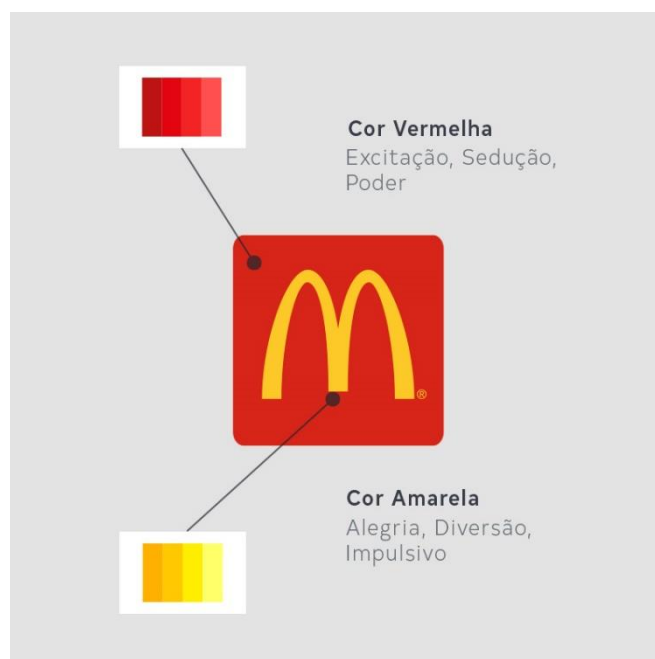
Mas afinal, como as cores no audiovisual podem influenciar e emocionar os espectadores? Para Rafael Alessandro (2020), desde que as cores começaram a aparecer no cinema, elas são usadas expressivamente e intensamente. Mas como já comentado neste capítulo, e também mencionado por Rafael (2020) em seu artigo publicado no Avmakers, assim como o vermelho pode representar amor, romance e paixão em um determinado filme, em outro ele pode estar representando a morte através do sangue. Portanto, também de acordo com Rafael Alessandro (2020), cada cineasta recorre à simbologia das cores para construir uma paleta específica para seus filmes, baseado na história e na cultura. Para Stamato, Staffa e Von Zeidler (2013), no cinema as cores se alinham e se complementam à luz, criando uma função metafórica e expressiva através das cores, e transmitindo mais realismo na cena, assim como construindo climas e atmosferas que são responsáveis por transmitir mensagens

críticas e psicológicas. Stamato, Staffa e Von Zeidler (2013) complementam que na publicidade a “função” das cores não é diferente.

Por exemplo, também segundo Stamato, Staffa e Von Zeidler (2013), para a criação de símbolos publicitários e identidades visuais, por exemplo, é necessário um estudo das cores para que as mesmas tenham um significado naquela peça ou marca. Não é à toa que os avisos de alerta e emergência são, quase que sempre, na cor vermelha. Para Stamato, Staffa e Von Zeidler (2013), o vermelho possui um comprimento de onda que, observado pelo ser humano, chega de forma mais rápida aos olhos. Portanto, assim como os avisos de emergência tem a predominância do vermelho, mas também muitos em amarelo, Stamato, Staffa e Von Zeidler (2013) explicam que, da mesma forma que são utilizados para detectar perigo ou cuidado, o amarelo e o vermelho também são responsáveis por despertar fome no organismo, por isso são cores muito utilizadas em restaurantes, e principalmente em fast foods.

Nas embalagens a função das cores não é diferente. Segundo Stamato, Staffa e Von Zeidler (2013), as cores presentes nas embalagens são capazes de gerar impressões nos consumidores por conta da ligação dos fatores ópticos, neurológicos e fisiológicos. Também de acordo com Stamato, Staffa e Von Zeidler (2013), os tons pastéis nas embalagens fazem com que as mesmas pareçam maiores, e as cores mais escuras dão o efeito contrário, fazendo parecer que o produto é menor. A predominância da cor azul e o uso de cores mais claras no setor de higiene, também de acordo com Stamato, Staffa e Von Zeidler (2013), transmite uma sensação de limpeza ao consumidor, assim como a presença forte do rosa nas embalagens de doces, cor que muito atrai as crianças e faz com que as mesmas peçam o produto aos pais; da mesma maneira que os tons avermelhados ou arroxados estão sempre presente no setor de vinhos e cafés.

Figura 17 – Cores da marca McDonalds.



Fonte: Ronan (2020).

Fotografia 86 – Novas embalagens McDonalds.



Fonte: Elle Decor (2021).

Fotografia 87 – Cores do McDonalds.



Fonte: Ronan (2020).

As imagens acima representam tanto a importância das cores em uma marca, quanto em uma embalagem, identidade visual e fachada, assim como reafirma a importância da simbologia das cores, onde a marca McDonalds utiliza do amarelo e vermelho como suas principais cores de marca, sendo que as mesmas despertam a fome, a vontade de comer e de consumir aquele produto.

Agora que já sabemos a importância das cores, vamos conhecer o significado de cada uma delas? Para Stamato, Staffa e Von Zeidler (2013), as cores possuem um papel fundamental para a criação de significados. Nos parágrafos acima compreendemos a importância da cor inserida na publicidade e na comunicação, e agora entenderemos o significado das mesmas dentro do audiovisual. Segundo Eva Heller (2014), a cor predileta pela maioria das pessoas é o azul com 45% de preferência. Também de acordo com Heller (2014), o verde possui 15% de predileção, o vermelho 12%, o preto 10%, o amarelo 6%, o laranja 3%, o branco 2%, o rosa 2%, o marrom 1%, e por fim, o ouro, com 1% de preferência. Portanto, com essa breve introdução, declaro aberta a temporada dos significados das cores!



AMARELO

Fonte: elaborado pela autora.

Segundo Eva Heller (2014), o amarelo é a cor predileta por 6% das mulheres e homens. Heller (2014) também conta que, quem possui maior predileção pelo amarelo são pessoas mais velhas, os jovens não apreciam tanto as cores luminosas. Também de acordo com Eva Heller (2014), o amarelo, juntamente com o vermelho e o azul, está entre as cores primárias, e pode-se afirmar que delas, o amarelo é a cor mais clara. Mas já que o amarelo simboliza o sol, a luz e o ouro, segundo Eva Heller (2014), e para Stamato, Staffa e Von Zeidler (2013), o amarelo significa o verão e a alegria, porque a cor é tão pouco apreciada?

Para Eva Heller (2014), nenhuma cor é tão instável quanto o amarelo. Eva (2014) conta que, mais do que as outras cores, o amarelo depende de outras cores para que as mesmas façam uma combinação com essa cor luminosa. Para Heller (2014), com uma mistura de vermelho o amarelo vira laranja; umas gotinhas de azul e o amarelo vira verde; e basta uma “pitadinha” de preto e o

amarelo vira uma cor horrenda, representando uma cor suja. Também segundo Eva (2014), perto do branco o amarelo fica radiosamente claro, e ao lado do preto o amarelo se torna uma cor “berrante”. Eva (2014) afirma que, o amarelo é a cor da iluminação, do otimismo e do entendimento, mas também pode ser considerada a cor da inveja, da irritação, da hipocrisia, assim como pode representar traição.

Totalmente ambígua, de otimista à invejosa, essa é a cor amarelo, que segundo Rafael Alessandro (2020) em seu artigo publicado no Avmakers, no audiovisual o amarelo pode representar a riqueza, já que por ser uma cor considerada luminosa, faz ligação com o sol, já simbolizando o calor e o verão. Rafael (2020) também afirma que, para os cristãos o amarelo representa a fé, e para o pintor russo Kandinsky, o amarelo simboliza o calor, a energia e a claridade. Mas como já citado neste capítulo, o significado da cor irá depender do contexto que ela está inserida, ou por exemplo, no gênero do filme, série ou novela que ela está sendo utilizada. Rafael Alessandro (2020) também afirma que, por muitas vezes, o amarelo poderá simbolizar traição, como já citado por Eva Heller (2014), e por sua tamanha intensidade, o amarelo também pode representar o desespero.



Fonte: elaborado pela autora.

Segundo Eva Heller (2014), entre as cores, o azul é a preferida da maioria das pessoas. Para Heller (2014), o azul é a cor predileta de 46% dos homens, assim como a cor preferida para 44% das mulheres. Somente 1% dos homens e 2% das mulheres afirmam que não gostam de azul, também segundo Eva Heller (2014). Eva (2014) conta que, tanto homens, quanto mulheres, frequentemente utilizam roupas azuis pelo fato da cor “cair bem” em qualquer ocasião e estação do ano. Para Heller (2014), dentro de casa o azul pode

parecer uma cor fria, porém, o azul possui um “efeito calmante”, que passa confiança e tranquilidade, e por isso ela se adequa muito bem em dormitórios. Eva (2014) comenta que, em apenas um “lugar” específico não costumamos ver o azul: não há praticamente nenhum produto, entre bebidas e alimentos, que utilizem a cor azul.

O significado mais importante do azul está no simbolismo das cores, nos sentimentos que vinculamos ao azul. O azul é a cor de todas as características boas que se afirmam no decorrer do tempo, de todos os sentimentos bons que não estão sob o domínio da paixão pura e simples, e sim da compreensão mútua. Não existe sentimento negativo em que o azul predomine. Portanto, não é de se estranhar que o azul seja uma cor tão querida (HELLER, 2014, p. 46).

Para Stamato, Staffa e Von Zeidler (2013), o azul representa tranquilidade, assim como sonho, o céu, o frio, a harmonia, a fidelidade, o infinito e a limpeza; por isso, não é à toa que essa cor é tão presente em companhias aéreas, empresas que necessitam passar extrema confiança aos seus passageiros, bem como em produtos de higiene, que só pelo nome já diz o que necessita transmitir ao consumidor: limpeza. Eva Heller (2014) afirma que o azul é a cor da simpatia e da harmonia, representando 27% de harmonia, 25% de amizade, e 35% de confiança. Mas porque as pessoas relacionam o azul à esses sentimentos tão bons, que na verdade, são incolores? Eva Heller (2014) responde que o céu é azul, que representa a cor divina, assim como o infinito, portanto, queremos sempre “estar perto” dessa cor que nos desperta tantos sentimentos bons.

Para Rafael Alessandro (2020), o azul inserido no audiovisual, representa a calma e a tranquilidade, mas também a nobreza, relacionada ao “sangue azul”, que faz ligação com a superioridade do azul em relação as demais cores. Contrapondo-se com a simpatia, harmonia e tranquilidade, dependendo do gênero dentro do audiovisual em que o azul estiver inserido, a cor também pode representar melancolia, solidão e impotência.

BRANCO

Fonte: elaborado pela autora.

O branco é mesmo uma cor? Para Eva Heller (2014), no sentido da física e na teoria da óptica, o branco significa muito mais do que simplesmente uma cor: o branco é a soma de todas as cores de luz. Para Stamato, Staffa e Von Zeidler (2013), o branco representa a pureza, a alma e a paz, e por conta disso a cor se faz tão presente em vestimentas religiosas, e muitas vezes em embalagens de produtos de limpeza, por exemplo. Segundo Eva Heller (2014), o branco é a cor do bem e da perfeição, sendo considerado com 35% a cor da verdade, 26% a cor que representa o “ideal” e a perfeição, e 33% a cor que simboliza a honestidade. Eva (2014) também afirma que, o branco, o azul e o dourado são cores que representam a verdade, o bem e a honestidade. Também segundo Eva Heller (2014), o branco ao lado do azul simboliza virtudes espirituais.

CINZA

Fonte: elaborado pela autora.

Para Eva Heller (2014), o cinza simboliza a cor do tédio, da crueldade e do antiquado. E para Stamato, Staffa e Von Zeidler (2013), o cinza representa o passado, a melancolia, a velhice e o pó, podendo aparecer dentro do audiovisual remetendo cenas do passado e elementos antigos. Segundo Eva Heller (2014),

entre os homens, somente 1% citou o cinza como cor preferida, e 13% dos mesmos citaram a cor como a que menos gostam. Já para as mulheres, também segundo Eva Heller (2014), nenhuma mulher citou o cinza como cor preferida, e sim 14% delas afirmaram que o cinza é a cor que menos gostam. Heller (2014) também comenta que, conforme mais velhos fossem os entrevistados, menos as pessoas apreciavam e citavam a cor cinza. Eva (2014) afirma que, abaixo dos 25 anos de idade, 10% falaram que o cinza é a cor que menos apreciam, e acima dos 50 anos de idade, o número de pessoas que não apreciam a cor subiu para 20%.

Para Eva Heller (2014), o cinza é uma cor fraca. Pode-se dizer, também segundo Heller (2014), que o cinza é o branco “sujo” e o preto “enfraquecido”. Também de acordo com Eva Heller (2014), o cinza não é uma cor meio termo, e sim conformista, pois a cor combina com tudo, tanto tons claros, quanto tons escuros. Eva Heller (2014) conta que, o cinza representa uma infinidade de sentimentos sombrios, contabilizando 50% como uma cor “chata e entediante”, e 34% como uma cor que simboliza o vazio e a solidão. Para Eva Heller (2014), o cinza é a cor de todas as adversidades que destroem a alegria de viver, afirmando o porquê do Carnaval terminar em uma “quarta-feira de cinzas”.

LARANJA

Fonte: elaborado pela autora.

Sol, prazer e criatividade: é dessa forma que Stamato, Staffa e Von Zeidler (2013) conceituam o laranja. Eva Heller (2014) conta que apenas 3% das mulheres e 2% dos homens citaram o laranja como cor preferida. Heller (2014) também afirma que a cor laranja começou a se tornar bem quista apenas em 1988; antes o laranja era a cor menos apreciada por 14% dos homens e 9% das mulheres. Hoje o laranja é considerado a cor menos apreciada por 9% dos homens e 6% das mulheres, também segundo Eva Heller (2014). Mas por quê?

Para Eva Heller (2014), sempre pensamos no vermelho e no amarelo para, somente depois pensarmos no laranja.

Heller (2014) também afirma que, o vermelho e o amarelo, cores das quais o laranja é formado, possuem muitas contradições em suas simbologias, e já o laranja, na maioria das vezes, evidencia o verdadeiro caráter de um sentimento, combinando as contradições do vermelho com o amarelo, e fortalecendo seus pontos como cor. Segundo Eva Heller (2014), a fruta laranja foi “batizada” com esse nome por ser considerada uma fruta exótica, assim como a cor, que até hoje é considerada uma cor exótica.



MARRON

Fonte: elaborado pela autora.

Para Eva Heller (2014), ela conceituaria o marrom como a cor rejeitada. Segundo Heller (2014), o marrom é nitidamente a cor mais rejeitada pelas pessoas, visto que para 17% das mulheres e 22% dos homens, o marrom é a cor que menos os agrada. Da mesma forma que o cinza, também de acordo com Eva Heller (2014), quanto maior a idade, maior a rejeição do marrom. 25% pessoas abaixo dos 25 anos de idade afirmaram que, 16% dos homens e 10% das mulheres, consideram o marrom como a cor que menos gostam; já as pessoas com mais de 25 anos de idade, 26% dos homens e 22% das mulheres afirmam que não gostam da cor marrom, também segundo Eva Heller (2014).

Surpreendentemente, e também contraditoriamente, como afirma Eva (2014), o marrom é uma cor em destaque no meio da moda por representar e estar inserido nos tons de terra, assim como a presença da cor em materiais naturais, como o couro, a madeira e a lã. Eva Heller (2014) também afirma que o marrom é uma das cores preferidas dos meios residenciais. Para Stamato, Staffa e Von Zeidler (2013), o marrom simboliza a melancolia, a sujeira, o campo e a terra. Eva Heller (2014) em seu livro “A Psicologia das Cores” questiona se

o marrom é uma cor, e logo responde: não. Segundo Heller (2014), o marrom é a mistura de diversas cores, como por exemplo violeta + amarelo = marrom; laranja + azul = marrom; e adivinhem? Misturem qualquer cor com o preto que também resulta no marrom! Portanto, pode-se dizer que o marrom é muito mais uma mistura de cores do que propriamente uma cor.

Entretanto, em sentido psicológico, o marrom indubitavelmente é uma cor, pois tem uma simbologia própria, não é igual nenhuma das outras cores. A maioria dos conceitos encarados como “tipicamente marrons” são empregados de maneira negativa. Eis aí o sombrio passado político da cor marrom. O marrom é tido também como feio e vulgar. É a cor da preguiça e da imbecilidade. E no entanto, como cor de vestuário, o marrom é muito bem aceito: pois que se acredita que a mistura de todas as cores combina bem com todas elas e são adequadas a todas as ocasiões. O marrom está por toda parte, mas como “cor em si”, o marrom é desdenhado (HELLER, 2014, p. 472).

E para finalizar o significado do marrom, Eva Heller (2014) afirma que o marrom representa a cor do feio e do desagradável, contabilizando 25% como uma cor feia, 25% como uma cor antipática, 30% como uma cor ante erótica, e por fim, 20% como uma cor intragável. Também segundo Eva Heller (2014), é impossível que o marrom não seja associado à sujeira, assim como Heller (2014) também afirma que, ao lado do marrom, toda a paixão das cores desaparece, por isso o marrom é considerado uma cor ante erótica.



PRETO

Fonte: elaborado pela autora.

Eva Heller (2014), considera o preto como a cor do poder, da morte, da violência, a cor preferida entre os designers, e a cor da elegância e da negação. Para Stamato, Staffa e Von Zeidler (2013), o preto também simboliza a morte, mas também representa a tristeza e o luto. Assim como a pergunta relacionada ao branco e ao marrom, que questionam se as cores realmente podem ser consideradas cores, o mesmo é interrogado em relação ao preto. Eva Heller (2014)

afirma que o branco é a soma de todas as cores de luz. Portanto, o preto é a ausência dessas cores, podendo ser considerado uma “não cor”. Eva Heller (2014) também afirma que, quanto mais jovem é a pessoa, maior a predileção pelo preto. Segundo Heller (2014), entre pessoas de 14 a 25 anos de idade, 25% delas citaram o preto como sua cor preferida. Já entre as pessoas de 26 a 49 anos de idade, apenas 9% citaram o preto como a cor preferida, também segundo Eva Heller (2014). Heller (2014) também afirma que (e pasmem), nenhuma pessoa com mais de 50 anos de idade citou o preto como cor preferida. E para finalizar, Eva Heller (2014) também conta que o preto pode ser considerado a cor do fim, da dor, da negação, do azar, do mal, da elegância, assim como, juntamente com o amarelo as cores podem gerar culpa e egoísmo, e juntamente com o violeta eles representam mistério.

ROSA

Fonte: elaborado pela autora.

Ah os óculos cor-de-rosa! Ditado utilizado para quem vê o mundo sem maldade e cheio de sonhos. Para Stamato, Staffa e Von Zeidler (2013), a cor rosa simboliza sonho, infância e romance, e a mesma pode ser vista fortemente em brinquedos femininos e em embalagens de doce. Para Eva Heller (2014), o rosa é muito mais que um vermelho fraquinho, e é nítido a “simpatia” da cor entre os idosos e os jovens. Segundo Eva Heller (2014), 29% dos homens com até 25 anos citam o rosa como a cor que menos lhes agrada, visto que 7% dos homens com mais de 50 anos não gostam de rosa; já as mulheres com menos de 25 anos, contabilizam 25% que não simpatizam com a cor, e apenas 8% das mulheres acima dos 50 anos não gostam de rosa.

Para Eva Heller (2014), o rosa é a cor do charme e da gentileza, contabilizando 18% como uma cor charmosa, 15% como uma cor que simboliza cortesia, e 33% como uma cor que remete sensibilidade e sentimentalismo.

Heller (2014) conta que “Rosa” é o nome latino para “Rose”, um típico nome de menina que vem inspirado em uma espécie de flor, e que, até então, nunca se viu um nome masculino derivar de uma espécie de flor. Por isso o rosa representa e simboliza tanto o feminino. Também segundo Eva Heller (2014), não importa o século, o rosa sempre representará a cor da cortesia e da amabilidade. O rosa é uma mistura de uma cor quente (vermelho) com uma cor fria (branco), que também de acordo com Eva Heller (2014), a cor representa virtudes deste “meio termo”, simbolizando fortemente a sensibilidade e a sentimentalidade.



VERDE

Fonte: elaborado pela autora.

Para Stamato, Staffa e Von Zeidler (2013), o verde simboliza a calma, a esperança, a natureza a saúde e a coragem, e não é à toa que a cor está sempre muito presente em hospitais e até mesmo na bandeira do nosso país (mesmo que ultimamente ele esteja nos deixando sem esperanças). Eva Heller (2014), afirma que o verde é uma cor mais apreciada pelos homens, sendo que 16% deles citam o verde como cor preferida, assim como 15% das mulheres também ressaltam predileção pela cor. Para Heller (2014), o verde é muito mais que uma cor: é a quintessência da natureza, uma ideologia e um estilo de vida, fazendo ligação com a consciência ambiental, amor à natureza, e deixando “de lado” uma sociedade que é dominada pela tecnologia.

Para Rafael Alessandro (2020), em um contexto cinematográfico e audiovisual, o verde também pode simbolizar a esperança, como já citado acima, a longevidade, a imortalidade e a força. Para Eva Heller (2014), o verde pode ser considerado como “a cor do meio”. Mas por quê? Porque segundo Eva Heller (2014), o vermelho passa uma sensação de proximidade, o azul de distância, e o verde fica no “meio termo” entre essas cores. Para Eva Heller (2014), o verde

contabiliza 22% como uma cor agradável, e 20% como uma cor que representa a tolerância. Também de acordo com Eva Heller (2014), o vermelho pode ser considerado uma cor ativa, o azul uma cor passiva, e o verde uma cor tranquilizadora. Portanto, o verde em sua mais completa naturalidade de tons, também segundo Heller (2014), a cor atua de maneira que acalma, e principalmente, que transmite segurança.



VERMELHO

Fonte: elaborado pela autora.

Para Eva Heller (2014), o vermelho é a cor de todas as paixões. Ela atravessa entre o amor e o ódio, e a felicidade e o perigo. Para Stamato, Staffa e Von Zeidler (2013), o vermelho simboliza a violência, a guerra, o calor, o perigo, o amor e o alerta. Segundo Eva Heller (2014), mulheres e homens gostam igualmente desta cor, contabilizando 12% de homens e mulheres que possuem o vermelho como cor preferida, e apenas 4% de homens e mulheres que não simpatizam com a cor do amor.

No princípio era o vermelho. Foi a primeira cor que o homem batizou, a mais antiga denominação cromática do mundo.² Em muitas línguas, a palavra para “colorido” é a mesma que para a cor vermelha, assim como na palavra hispânica “colorado”. O vermelho é supostamente também a primeira cor que os bebês enxergam. E quando se pede a eles que digam, espontaneamente, o nome de uma cor, a maioria deles diz “vermelho”, mesmo se essa não for a cor favorita deles. Um jogo impressionante consiste em pedir às pessoas que digam espontaneamente o nome de uma cor, de um instrumento musical e depois de uma ferramenta. Quase todos respondem: vermelho, violino, martelo (HELLER, 2014, p. 101).

De acordo com Eva Heller (2014), pelo fato de o vermelho ser a primeira cor “ensinada” às crianças, as mesmas criam uma predileção pela cor, logo associando à elementos que eles gostam, como ketchup e bombom. Também segundo Eva Heller (2014), o vermelho simboliza desde o fogo e o amor, até o

sangue, sendo considerado com 75% como a cor do amor, e 38% como a cor que simboliza o ódio. Eva Heller (2014) afirma que, por trás do simbolismo com a cor está a resposta: o vermelho é a cor de todas as paixões, sejam elas boas ou ruins, a experiência é o que dará o significado à cor. Mas como? Heller (2014) explica que quando o sangue sobe “para nossas cabeças”, seja por vergonha ou raiva, logo o rosto tende a ficar avermelhado, gerando uma expressão ligada à cor que pode estar relacionada tanto ao constrangimento em relação à paixão, quanto à raiva, que também pode estar relacionada à paixão.

Eva Heller (2014) ainda afirma: “quando se perde o controle sobre a razão, “vê-se tudo vermelho””. Porém, Eva Heller (2014) ressalta que, juntamente com outras cores o vermelho pode não simbolizar toda essa intensidade ligada à paixão. De acordo a autora combinada com outras cores o vermelho possui um efeito completamente diferente, principalmente ao lado do preto, pois o significado da cor que antes era positivo, torna-se ao contrário (HELLER, 2014).



Fonte: elaborado pela autora.

Para Eva Heller (2014), o violeta vai representa o púrpura com o poder e a cor da teologia, passando pela magia, até chegar no movimento feminista e no movimento LGBTQI+. Para Eva Heller (2014), o violeta é a cor dos sentimentos ambivalentes, sendo mais rejeitada do que apreciada. Segundo Heller (2014), 12% das mulheres, e 9% dos homens, não simpatizam com a cor violeta; e apenas 3% de mulheres citaram a cor como a sua preferida. De acordo com Eva Heller (2013), em alguns momentos o violeta esteve em destaque como tendência no mundo da moda, porém, a cor continua sendo pouco apreciada pelo fato das pessoas argumentarem que não sabem a diferença entre violeta e lilás. Sim, só por isso! Então, Eva Heller (2014) explica: violeta é mistura de

vermelho + azul, e o lilás é resultante da mistura vermelho + azul + branco. Fácil, rápido e prático, né?

De acordo com Heller (2014), na antiguidade o violeta possuía um significado grandioso: a cor era utilizada pelos governantes, tornando-se a cor do poder. Além de representar o poder, Eva Heller (2014) também afirma que o violeta está muito ligado à teologia. Segundo Heller (2014), contabiliza em 20% a representatividade do violeta como fé e devoção. Ainda ligada à teologia, segundo Eva Heller (2014), o violeta também está relacionado com a penitência e a sobriedade. Na confissão, segundo Heller (2014), tanto o sacerdote, quanto as cortinas do confessionário são violetas, assim como, em época de Páscoa, a Igreja Católica é repleta de panos violetas.

O violeta também simboliza extravagância (26%) e singularidade (22%), assim como a vaidade em aspectos relacionados à beleza e estética (24%), também de acordo com Eva Heller (2014). Por último, mas não menos importante, o violeta é lembrado por dois significados específicos. “Tcham, tcham, tcham, tcham”. Sim! O mistério e a magia! De acordo com Eva Heller (2014), a cor violeta está inserida nestes dois significados por conta do termo “magia negra”.

Mas porque se esse termo faz ligação com o preto? Segundo Heller (2014), é por meio do brilho do violeta que o preto se torna mágico, e é através de uma túnica roxa que um feiticeiro faz mágicas. O violeta contabiliza 15% como uma cor relacionada à magia, 28% em relação ao mistério, 19% em relação à fantasia, como conta Eva Heller (2014). A fantasia que faz ligação com a cor violeta, também tem relação com as bruxas: de acordo com Eva Heller (2014), as bruxas más vestem violeta, e as boazinhas vestem lilás. E para finalizar a simbologia mística do violeta, de acordo com Heller (2014), também podemos relacionar à cor aos chakras, a sexualidade e aos movimentos feminista e LGBTQI+.

Agora que este trabalho está bem colorido, enaltecendo a devida importância e os significados de cada uma dessas 11 cores citadas acima, está na hora de conhecer qual foi o método utilizado por mim para criar a parte metodológica desta pesquisa. Após conhecer os métodos, um capítulo contando um pouco da história de cada uma das personagens da série Coisa Mais Linda se inicia para deixar este trabalho ainda mais repleto de mulheres fortes.

8 SENHORAS E SENHORES, NO PALCO DO COISA MAIS LINDA: METODOLOGIA!

Este é o capítulo que marca o final de um longo e colorido referencial teórico, e dá início à metodologia deste trabalho de conclusão. Nele, vou apresentar a vocês os tipos de métodos escolhidos para desenvolver a parte metodológica desta pesquisa. Para iniciar, quero afirmar o quanto o referencial teórico deste trabalho foi essencial, não somente para pesquisa em si, mas para uma melhor compreensão sobre os assuntos abordados neste trabalho.

A partir do objetivo geral desta pesquisa, o qual é “analisar a paleta de cores das protagonistas da série Coisa Mais Linda, juntamente com seus respectivos figurinos”, no intuito de compreender o quanto aquelas peças em cores específicas dizem muito sobre quem elas são e como elas agem. Desta forma, pude buscar uma série de autores, direcionados de acordos com os objetivos específicos do presente constructo, os quais são: a) compreender o estudo das cores e seus respectivos significados; b) pesquisar a história da moda para entender a importância de cada peça utilizada a partir dos anos 40 até os anos 50; c) conhecer o que era tendência nos anos 50, quem utilizava e quem influenciava as mulheres naquela época; e por fim d) analisar de que maneira a influência dessas tendências e mulheres dos anos 50, juntamente com a paleta de cores estabelecida para cada protagonista, constroem a personalidade das personagens e o que elas representam na série.

No intuito de realizar a análise proposta, foram utilizados três métodos de pesquisa: pesquisa qualitativo, pesquisa bibliográfica e estudo de caso. Para Prodanov e Freitas (2013) a pesquisa qualitativa tem como objetivo fazer com que o pesquisador seja o responsável por fazer a análise das informações coletadas. Para os autores, em uma pesquisa qualitativa, os métodos estatísticos são dispensados pelo fato de que, neste tipo de pesquisa, as características são mais complexas, visando analisar desde comportamento, até sentimentos e expressões (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Menezes (2005), também afirma que, na pesquisa qualitativa, a análise acontece de forma mais complexa.

Considera que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números. A interpretação dos fenômenos e a atribuição dos significados são básicas no processo de pesquisa qualitativa. Não requer o uso de métodos e técnicas estatísticas. O ambiente natural é a fonte direta para coleta de dados e o pesquisador é instrumento-chave. É descritiva. Os pesquisadores tendem a analisar seus dados indutivamente. O processo e seu significado são os focos principais de abordagem (MENEZES, 2005, p. 20).

Escolher utilizar o método de pesquisa bibliográfica, foi pelo fato de que, a coleta de informações para criar a análise são feitas através de textos, artigos e livros. Os dados retirados da pesquisa bibliográfica servem como embasamento para o assunto que será analisado posteriormente (PRODANOV; FREITAS, 2013).

E por fim, o último método utilizado: o estudo de caso. Visto que temos como problema de pesquisa entender como as cores de um figurino influenciam na personalidade de um personagem, assim como compreender qual a influência da moda em um personagem através de um figurino, utilizei de frames retirados da Netflix e escolhidos por mim para analisar o tipo e as cores do figurino, mais especificamente da protagonista Malu, e mais brevemente, com uma análise complementar, as demais personagens. O estudo de caso, segundo Ventura (2007) aprofunda a investigação em relação à algo específico, como no meu caso, analisar, através de frames, os figurinos das protagonistas da série *Coisa Mais Linda*.

Tendo em conta as posições dos autores apresentados, o estudo de caso como modalidade de pesquisa é entendido como uma metodologia ou como a escolha de um objeto de estudo definido pelo interesse em casos individuais. Visa à investigação de um caso específico, bem delimitado, contextualizado em tempo e lugar para que se possa realizar uma busca circunstanciada de informações. (VENTURA, 2007, p. 2).

Portanto, através da pesquisa bibliográfica, busquei autores que pudessem “responder” meus objetivos, tanto geral, quanto específicos, fazendo que, eu como pesquisadora e autora deste trabalho, pudesse compreender ainda mais o tema escolhido por mim. Para criar a análise deste trabalho, cabe

a mim como pesquisadora, analisar e compreender o referencial teórico, fazendo ligação com a série, visto que esta pesquisa não contém dados, e sim uma análise complexa sobre cor, figurino e personagens. Por meio do estudo de caso, pude analisar cada um destes três fatores citados acima, que através de frames retirados da Netflix, escolhidos especificamente. Pude identificar, compreender e explicar o porquê de cada cor escolhida para os figurinos, assim como o porquê de cada tipo de figurino utilizado pelas protagonistas da série.

Métodos esclarecidos, é hora de introduzir para a análise através de uma apresentação das protagonistas da série que serão analisadas por mim nesta pesquisa.

8.1 Coisa mais linda falar sobre mulheres fortes.

Dirigida por Heather Roth e Giuliano Cedroni, de acordo com Julia Morita (2020), a série Coisa Mais Linda, exibida e produzida através do streaming Netflix, é uma série de duas temporadas que se passa no final dos anos 50 (primeira temporada) e no início dos anos 60 (segunda temporada) no Rio de Janeiro, abordando temas como feminismo, racismo, evolução da tecnologia, a busca incansável por sonhos, romances e muita música. Para Morita (2020), Coisa Mais Linda conta a história de cinco mulheres que de forma inesperada, encontram umas nas outras a força e o estímulo para que as mesmas pudessem se tornar independentes em uma sociedade muito machista e conservadora dos anos 50.

A série brasileira, também de acordo com Julia Morita (2020), é protagonizada por Maria Luiza, personagem de Maria Casadevall, Adélia, personagem de Pathy de Jesus, Thereza, protagonizada por Mel Lisboa, Lígia, interpretada por Fernanda Vasconcellos, e estreando na segunda temporada, mas não menos importante, Ivone, personagem de Larissa Nunes. Logo abaixo, irei apresentar cada uma dessas personagens, assim como enaltecer a importância de cada uma dessas protagonistas e os temas que as mesmas abordam na série. Vamos começar?

Figura 20 – Malu.



Fonte: foto tirada da série e elaborada pela autora.

Pode-se dizer que Malu é o coração do quinteto de amigas que protagonizam a série *Coisa Mais Linda*. Malu não desiste dos seus sonhos e de seu desejo de encorajar e dar voz às outras mulheres, e por conta disso, a “união fez a força”, unindo essas cinco amigas e grandes mulheres para abordarem temas tão importantes dentro da série.

Segundo Raquel Duarte (2020), Maria Luiza, como a personagem é chamada logo no início da série quando ela ainda está casada e morando em São Paulo, descobre que foi abandonada pelo marido ao chegar no Rio de Janeiro para conhecer o local onde o casal abriria um restaurante. Com a “virada de chave” na vida da protagonista, no momento em que a mesma não desiste de realizar o seu sonho, “Malu” se tornou o apelido carinhoso, forte, e acreditem, por conta do meio musical, para o nome composto Maria Luiza. Também de acordo com Raquel Duarte (2020), Malu é uma mulher que vem de família rica, e portanto, sempre idealizou uma vida cheia de sonhos, mas ao descobrir que o marido havia a abandonado e fugido com outra mulher, Maria Luiza decide seguir em frente, sozinha, sem o apoio tanto financeiro, quanto moral de seu pai, para realizar o seu sonho de montar um “clube de música” na então capital do Brasil nos anos 50, o Rio de Janeiro. Malu deixou o filho Carlinhos em São Paulo, e apesar de não somente seu pai duvidar da capacidade da filha como mulher de abrir seu próprio negócio, como todos duvidavam da capacidade de uma mulher naquela época, Malu foi atrás do que tanto sonhava.

Porém, como conta Julia Morita (2020), Malu só começou a entender a realidade de uma mulher independente perante à sociedade quando ela mesma decidiu arregaçar as mangas e montar onde seria o restaurante com o marido, o seu tão sonhado “clube de música”. Também de acordo com Morita (2020), foi quando Malu decidiu lutar por sua independência como mulher que ela conheceu Adélia, que até então trabalhava como doméstica em uma casa de família no prédio em que Maria Luiza morava. Também segundo Julia Morita (2020), Malu e Adélia encontraram força uma na outra para que, juntas, pudessem comandar o clube de música tão idealizado por Malu. O encontro entre uma mulher feminista que decidiu lutar por seus direitos após ser abandonada pelo marido e ficar sem amparo algum da família, ao lado de uma sócia negra, já quebrando paradigmas em uma sociedade tão racista, foi a coisa mais linda!

Figura 21 – Adélia.



Fonte: foto tirada da série e elaborada pela autora.

A realidade de Adélia, apesar da sua evolução constante durante a série, contrasta muito com a realidade de Malu, Thereza e Lígia. Para Raquel Duarte (2020), Adélia e sua irmã Ivone são as duas únicas protagonistas negras do elenco. Diferentemente de Malu, Adélia, também de acordo com Raquel Duarte (2020), trabalha incansavelmente para sustentar a filha Conceição e ajudar a irmã Ivone. Também contrastando com a realidade das outras personagens, Adélia e Ivone moram no morro e possuem tanto uma cultura, quanto uma ligação diferente com a música, pois as irmãs foram criadas em rodas de samba.

Segundo Julia Morita (2020), mesmo após Adélia deixar a profissão como doméstica para formar sociedade com Malu, a personagem sofreu muito com o racismo. Negra, e ainda por cima ser empreendedora naquela época, era algo quase impossível de se ver. Também segundo Morita (2020), Adélia precisa afirmar constantemente que ela pode sim estar ao lado de uma mulher branca em uma sociedade, assim como frequentando os mesmos lugares que pessoas brancas. Machucada de tanto preconceito, também de acordo com Morita (2020), a luta de Adélia também é incansável para proteger a irmã Ivone a filha Conceição, que mesmo tão pequena, sofre muito com o racismo.

Figura 22 – Thereza.



Fonte: foto tirada da série e elaborada pela autora.

Para Raquel Duarte (2020), Thereza é a personagem mais independente, liberal e “à frente ao seu tempo”. A personagem que na série também interpreta uma escritora e jornalista, para Raquel Duarte (2020), muito dos discursos feministas presentes na série são ditos pela personagem de Mel Lisboa. Também segundo Raquel (2020), ao lado do marido, Thereza vive um relacionamento “quase que perfeito” na primeira temporada, e é através do casal que o telespectador pode enxergar indícios de um relacionamento aberto. Thereza é tão revolucionária e quebra tantos paradigmas da década de 50, que a personagem também pode ser considerada a única bissexual do elenco da série.

Como jornalista e sendo a única escritora mulher em uma revista feminina somente composta por homens escrevendo conteúdo sem noção alguma para

mulheres, para Julia Morita (2020), é através de Thereza que podemos acompanhar uma evolução tecnológica dos meios de comunicação. Segundo Morita (2020), Thereza inicia a série trabalhando em uma revista feminina com máquinas de escrever e telefones de disco, também de acordo com Morita (2020), com o passar da série, principalmente após o lançamento da segunda temporada, a evolução do meio de comunicação é explícito, visto que Thereza migra de um veículo jornalístico para a rádio, e mais tarde a personagem se apaixona pelas tecnologias da televisão.

Figura 23 – Lígia.



Fonte: foto tirada da série e elaborada pela autora.

Para Raquel Duarte (2020), a personagem de Lígia é a que mais se assemelha com a realidade de Malu, e isso não é mera coincidência, pois Lígia e Malu foram melhores amigas na adolescência, e por conta dos casamentos, que na época eram muito tóxicos, as amigas acabaram se afastando. Também segundo Raquel Duarte (2020), Lígia é uma mulher jovem, rica e bonita, porém, o único defeito da personagem na série é ser casada. Sim, isso mesmo: ser casada. Para Raquel Duarte (2020), é somente por conta do casamento que Lígia nunca foi atrás do seu sonho de infância: ser cantora. O sonho foi interrompido por conta do machismo do marido, o mesmo que a impedia de participar dos concursos de música, assim como impossibilitava que Lígia se apresentasse em locais públicos. Um relacionamento que abusivo pode se dizer que é apelido.

Porém, a felicidade de Lígia dentro do mundo da música foi curto e rápido. Infelizmente, segundo Natalie Rosa (2020), é através da personagem de

Fernanda Vasconcellos que o espectador acompanha o machismo, a misoginia, o abuso e o assédio sexual dentro do casamento, e lamentavelmente, o feminicídio. No último episódio da primeira temporada, em uma comemoração de ano novo, Augusto, marido de Lígia, inconformado com a separação e com o aborto feito pela esposa, atira em Lígia e Malu. O tiro que atingiu Lígia foi fatal, e para Natalie Rosa (2020), não é preciso assistir muitos minutos do primeiro episódio da segunda temporada para entender que Lígia foi vítima de feminicídio, e que mesmo após 60 anos, infelizmente, é algo que, com frequência presenciamos nos noticiários do Brasil.

Figura 24 – Ivone.



Fonte: foto tirada da série e elaborada pela autora.

Segundo a TV Press (2020), para ampliar o núcleo de protagonistas negras na série, Ivone, personagem interpretada por Larissa Nunes ganha ênfase e notoriedade na segunda temporada da série. Também de acordo com a TV Press (2020), Ivone é a irmã mais nova de Adélia, que faz a transição de uma adolescente cheia de personalidade, à uma talentosa aspirante de artista. Para a TV Press (2020), é ao lado de Malu que Ivone irá lutar para provar que é capaz de se inserir dentro de uma indústria artística e musical, visto que, naquela época, esse meio ainda era muito dominado por homens, e se a presença feminina já era algo raro, a presença de uma mulher negra era mais ainda.

Larissa Nunes afirmou em uma entrevista para TV Press (2020) que a personagem é mais uma mulher que luta incansavelmente para conseguir seu espaço perante à uma sociedade muito machista, ainda mais sendo uma mulher

negra, que além de enfrentar o machismo, possuía uma luta intensa contra o racismo, o preconceito e a discriminação. Também de acordo com a TV Press (2020) através de uma entrevista com Larissa, a atriz afirma que, apesar da personagem ter sua história um pouco mais desenvolvida na série, porém sem deixar os conflitos passarem despercebidos, independentemente de Ivone ser a caçula, a sua personalidade forte, rebelde e ousada, mesmo que ainda muito despreparada para o meio artístico, permanece ao longo da série. Apesar do fato triste ocorrido com a personagem Lígia, é através da voz de Ivone que o coração das amigas Malu, Adélia e Thereza ficam mais “acalentados”.

Fotografia 88 - Banner da primeira temporada da série Coisa Mais Linda.



Fonte: Duarte (2020).

Fotografia 89 - Imagem da segunda temporada da série.



Fonte: Rosa (2020).

Fotografia 90 - Adélia e Malu na noite de abertura do tão sonhado clube de música nomeado de “Coisa Mais Linda.”



Fonte: Moreira (2019).

Para Natalie Rosa (2020), a série *Coisa Mais Linda* traz à tona diversos aspectos do final dos anos 50 e do início dos 60 que não são somente sociais. Também segundo Natalie Rosa (2020), é através da série que é abordado a ascensão da Bossa Nova no Brasil, quando o jazz norte-americano estava em alta e a Bossa Nova, por muitas vezes, era considerada um gênero musical de “um monte de cantor sussurrando e cantando lento”. Para Julia Morita (2020), a série é uma forma de homenagear a música popular brasileira em uma época em que a influência de outros países ainda era muito forte no Brasil. Segundo Duda Leite (2019), através de Chico, personagem interpretado por Leandro Lima, o espectador facilmente pode fazer uma ligação com João Gilberto, seu jeito “tranquilo de ser” e seu tom de voz, assim como, além da semelhança dos nomes, a timidez do personagem Chico se assemelha muito com a do grande Chico Buarque de Hollanda.

A série também trouxe fortemente tudo que na época era tendência. Segundo Duda Leite (2019), nem os drinks da época foram esquecidos, mesmo que tenham sido representados por água e azeitona pelo fato do álcool não ser permitido nas gravações, o clássico Dry Martini é fortemente consumido na série. Se nem os drinks foram esquecidos, quem dirá o figurino, maquiagem, penteados e cenários, não é mesmo? No próximo capítulo, onde iniciarei a análise deste trabalho de conclusão, o propósito é trazer à tona a semelhança dessas personagens tão fortes com grandes artistas mulheres que marcaram a década de 50 e 60, assim como com cantoras e comunicadoras brasileiras. A ênfase da análise dessa pesquisa é mostrar a importância da escolha da cor dos figurinos utilizados pelas protagonistas na personalidade como mulher e personagem de cada uma delas.

9. BELAS, RECATADAS, LIVRES E DO BAR: UMA ANÁLISE DO FIGURINO DAS PROTAGONISTAS DA SÉRIE COISA MAIS LINDA.

Este capítulo tem como objetivo analisar o figurino das protagonistas da série Coisa Mais Linda, com mais aprofundamento na protagonista principal da série, a personagem Maria Luiza, no intuito de fazer uma ligação com a influência da moda no Brasil após a segunda guerra mundial até os anos 50, assim como analisar a paleta de cores utilizada por elas, tanto em cenas específicas, como é o caso da personagem Malu, quanto para representar a personalidade daquela personagem dentro do contexto da série.

Iniciarei esta análise observando a abertura da série, onde o nome do seriado está inserido em retângulos rosas quando está relacionado aos trailers tanto de cada episódio, quanto de cada temporada; e em retângulos amarelos na abertura oficial de cada episódio. A análise será feita com base no capítulo 7 “Estendendo o tapete vermelho para as cores passarem”, de acordo com as referências presentes no capítulo dessa pesquisa.

Figura 25 – Trailer/resumo de um episódio da série Coisa Mais Linda.



Fonte: frame da série, disponível na Netflix.

A imagem acima é de um trailer, ou resumo, do primeiro episódio da primeira temporada da série exibida pela Netflix. Ao colocar o mouse em cima de um episódio ou temporada específica, o letreiro da série, mostrado sob retângulos cor de rosa, automaticamente é exibido. Logo, é possível associar a

cor utilizada com um tema muito abordado na série: os sonhos. O cor de rosa sempre foi muito associado como uma cor feminina (meninas usam rosa, e o resto vocês já sabem), porém, além do sentido feminino da série, em que o rosa também está simbolizando a força feminina por se tratar de uma cor que simboliza o sentimento, o rosa está muito ligado com a intensidade dos sonhos das grandes mulheres que protagonizam a série.

Sentimentalismo que o rosa também pode simbolizar a intensidade de que cada emoção é vivida por elas, o quanto cada sonho é importante, cada luta, cada conquista e cada vitória. Portanto, não é à toa que o rosa foi o escolhido tanto para estar no letreiro acima, como também na placa do bar de Adélia e Malu: porque no rosa está presente todo sentimento e emoção vividos por elas intensamente.

Figura 26 – Abertura da série Coisa Mais Linda.



Fonte: frame da série, disponível na Netflix (entrada).

Já na abertura oficial da série, exibida no início de cada episódio, o amarelo está extremamente radiante e em total destaque por estar sendo utilizado junto com o preto. Com certeza é proposital que uma série em que toda a primeira temporada é exibida nos anos dourados, o amarelo esteja presente e em destaque no letreiro. O amarelo, por ser uma cor que representa a luz e por si só ser radiante, dificilmente se passa despercebida. Ele representa a luz, o otimismo, o calor, o verão, o sol, a fé, e também o entendimento. Mas nem só de fatores bons e otimistas o amarelo representa: ele também pode simbolizar a inveja, a hipocrisia, a irritação e a traição.

Todos esses fatores, sejam os significados bons e ruins da cor amarelo, estão muito presentes na série. Além do seriado iniciar nos anos dourados, o que já representa a luz, ela se passa no Rio de Janeiro, onde o verão, o calor e o sol são predominantes. Protagonizados por grandes e fortes mulheres, as mesmas possuem um otimismo super intenso de que, mesmo sendo mulheres e vivendo em uma sociedade preconceituosa e conservadora dos anos 50, elas vão sim realizar seus sonhos. Cruzando a história de uma mulher com a outra, as personagens passam a ter o entendimento, mais um significado da cor amarelo, da vida uma das outras; que a dor de uma não é a mesma que a da outra, que a luta de uma é diferente da outra, mas que juntas, com muito otimismo e fé, elas podem mudar o sentido de uma mulher perante à sociedade naquela época.

Mas como nem só de bons fatores o amarelo pode representar, como já citado acima, a inveja, a traição, a irritação, e fortemente a hipocrisia, estão presentes na série. E mais uma vez, não é à toa que todos esses significados ruins da cor estejam relacionados a sentimentos ligados aos personagens interpretados por homens na série. Inveja por não terem a coragem daquelas mulheres, hipocrisia por praticarem tanta distinção, preconceito e machismo com pessoas que merecem os mesmos direitos que eles; irritação por muitas vezes as mulheres se saírem melhor que os homens, e traição, tanto de relacionamentos, quanto pelo poder e domínio máximo que os homens possuíam na época.

Portanto, com essa breve “abertura” e resumo de um pouco do que a série representa através dessas duas cores, iniciarei a análise do figurino das personagens. Abrindo este colorido capítulo, a “protagonista das protagonistas”: Malu. Aproveito para esclarecer que a série é composta por 5 protagonistas, porém, todo o enredo é ligado diretamente a história de uma única personagem, que une e movimenta as demais mulheres. Essa personagem é interpretada por Maria Casadevall, a Malu, e por ser a protagonista principal da série, visto que ela também possui uma maior evolução de personalidade através do seu figurino, a análise referente à ela será mais aprofundada e específica em relação as demais personagens.

Figura 27 – Paleta de cores referente à personagem Malu.



Fonte: elaborado pela autora.

Maria Luiza, mais conhecida pelo carinhoso e forte apelido Malu, possui uma paleta de cores cheia de confiança e esperança. A personagem que inspira as demais protagonistas da série a mudarem o conceito sobre as mulheres perante uma sociedade muito conservadora e preconceituosa dos anos 50, utiliza figurinos com as mais variadas tonalidades de verde e azul para representar a confiança e a esperança que ela tem de revolucionar, mesmo sabendo o quanto é difícil ser mulher na década de 50. A seguir, a partir de frames retirados da série, vamos acompanhar a evolução dessa personagem que de Maria Luiza, tornou-se um grande exemplo de mulher chamada “Malu”.

Fotografia 91 e 92 – “Bem-vinda ao Rio”.



Fonte: frame da série, disponível na Netflix (ep. 1, temp. 1).

Fotografia 93 – “Bem-vinda ao Rio”.



Fonte: frame da série, disponível na Netflix (ep. 1, temp. 1).

Os frames acima são das cenas iniciais do primeiro episódio da primeira temporada de *Coisa Mais Linda*. Na cena, Maria Luiza está chegando ao Rio de Janeiro para encontrar o marido Pedro, e finalmente conhecer o local onde o casal irá montar um restaurante. Nas imagens acima, nota-se o quanto o figurino da personagem faz com que ela represente uma mulher séria e de elite. Vestindo nada mais, nada menos, do que uma referência e influência ao modelo *new look*, de Christian Dior, com saia godê cobrindo os joelhos, e um *tailleur*, tendência forte nos anos 40 e que permaneceu nos anos 50; de mangas três quartos, que juntamente com a saia godê exaltavam a sua silhueta, referências já citadas no capítulo 2, Maria Luiza chegava à até então capital brasileira.

O tom de verde que se enquadra em um “verde petróleo”, como já foi citado no capítulo 7, demonstra a confiança da personagem chegando ao Rio de Janeiro na expectativa de uma mudança na sua vida. As luvas brancas e curtas, muito utilizadas para chás e eventos diurnos pelas mulheres naquela época, conforme citado no capítulo 2, faziam composição ao look de Maria Luiza juntamente com uma carteira branca e scarpins, o sapato do momento entre as mulheres. Para finalizar esse figurino composto por muita influência do final dos

anos 40 e da década de 50, um dos acessórios que as mulheres mais tinham preferência naquela época: a boina, referência trazida no capítulo 6. Através destes frames é possível perceber a forte influência do *new look* de Dior, onde a composição saia godê + tailleur para marcar a silhueta + bolsa no estilo carteira + scarpins, eram a marca do modelo criado por este estilista francês que tanto contribuiu para a moda francesa, e também influenciou muito no Brasil, e que é mencionado no capítulo 2 deste trabalho.

A escolha deste figurino de grande influência entre os anos 40 e 50, na cena, carrega toda segurança e tranquilidade de Maria Luiza através do verde em chegar ao Rio de Janeiro para mudar de vida. Até mesmo no olhar da personagem e na postura, é possível perceber o posicionamento de uma mulher segura e confiante de si, e que por meio do tom de verde escolhido para o figurino, enalteceu ainda mais essa característica que a protagonista carrega até o final da segunda temporada.

Fotografia 94 e 95 - “Bem-vinda ao Rio”.



Fonte: frames da série, disponível na Netflix (ep. 1, temp. 1).

Fotografia 96 - “Bem-vinda ao Rio”.



Fonte: frame da série, disponível na Netflix (ep. 1, temp. 1).

Porém, não foi a única vez que Maria Luiza apareceu na série vestindo o modelo de Christian Dior, citado no capítulo 2. Desolada por descobrir a traição e o abandono do marido, e que o restaurante do casal não passava de uma farsa, para “afogar as mágoas”, a protagonista é convidada para uma festa em um barco. Mais uma vez com a referência e influência do *new look* dos pés à cabeça (definitivamente), ao contrário do figurino que a personagem desembarca no Rio de Janeiro, a cor escolhida para a festa no barco é o branco com acessórios e adereços em preto.

Conforme citado no capítulo 7, o branco representa a paz e por isso está tão presente em vestimentas religiosas. Por mais que o momento não fosse de paz para a personagem, e sim de um turbilhão de sentimentos pelo ocorrido, a paz e o mar se conectam muito. Além de representar a paz, o branco é a cor da verdade, do bem e do ideal, tudo que Maria Luiza foi para o marido, mas que não recebeu em troca. O preto, por sua vez, pode remeter à um sentimento mais triste, mas ele também é considerado a cor do poder e da elegância, como também já foi mencionado no capítulo 7.

Nas circunstâncias da personagem, teria algo melhor para juntar do que toda a lealdade e verdade que a mesma possui, juntamente com a elegância e

o poder de dar a volta por cima? Eu, sinceramente, acredito que não. Para complementar esse look poderoso, um chapéu modelo *pillbox hat*, muito utilizado pela realeza e pelas mulheres de poder, juntamente com luvas curtas pretas, para combinar com o evento diurno; bolsa no estilo bolsa de mão, cinto na mesma cor do figurino, tendência dos anos 50, assim como os óculos gatinho, o batom vermelho e as sobrancelhas marcadas, adereços e acessórios que estavam em alta na década de 50, referências já trazidas à tona no capítulo 6. Maria Luiza também segue uma das “febres” dos anos 50: a franja curtinha e os cabelos curtos. Na cena acima a personagem está utilizando um rabo de cavalo, tendência forte nos anos 50, principalmente mais abaixo da cabeça quando as mulheres utilizavam franjas, também citado no capítulo 6.

Fotografia 97, 98 e 99 - “Bem-vinda ao Rio”.



Fonte: frame da série, disponível na Netflix (ep. 1, temp. 1).

Ainda no primeiro episódio da primeira temporada, cenas que antecedem o momento da chegada de Maria Luiza ao Rio de Janeiro começam a serem lembradas. Com uma tonalidade amarelada, justamente para simbolizar o passado, como a foto amarelada com o tempo, o papel amarelado com o passar dos anos, para remeter o passado, a cor amarelo foi escolhida para representar esse “tempo distante”.

Também nessas cenas Maria Luiza veste verde. As cenas mostram um jantar oferecido pelo pai da personagem em sua casa em São Paulo, para comemorar a vida nova de Maria Luiza e Pedro no Rio de Janeiro. Mais uma vez, o verde foi a cor escolhida para a personagem utilizar pelo fato de, novamente, a protagonista estar passando confiança através do seu figurino para anunciar aos convidados da elite paulista sobre sua mudança de vida.

Além da cor, o godê mais uma vez está presente. Dessa vez sem tailleur, mas com um elemento muito utilizado nos detalhes das roupas nos anos 50: os laços. O laço que está localizado na parte de trás da saia de Maria Luiza, faz composição ao cós da sua saia godê que possuem a mesma cor da saia, formando um “cinto” de tecido. Detalhe discreto, mas que formava uma elegante composição na época e que foi citado no capítulo 6.

Fotografia 100 - “Bem-vinda ao Rio”.



Fonte: frame da série, disponível na Netflix (ep. 1, temp. 1).

Estão vendo esse frame aí em cima? Qualquer semelhança com a cena da lambreta em *Roman Holiday*, filme que está presente no capítulo 6, não é mera coincidência. Isso porque muito do figurino da personagem interpretada por Maria Casadevall possui ligação com a atriz britânica Audrey Hepburn, também citada no capítulo 6. E foi a partir desta cena, ou melhor, da transição da cena da festa do barco, onde Maria Luiza ainda se vestia como uma mulher séria e da elite paulista, para a cena onde ela e Chico, personagem que ela vive um romance na série, passou a ser “Malu” e não mais Maria Luiza.

É a partir desta cena que é possível notar a transformação e transição da personagem através do seu próprio figurino. Malu nunca deixou de utilizar a paleta que derivam de tons de verde e azul, mas ela deixou de ser aquela Maria Luiza casada, submissa e recatada, para ser uma Malu mais dona de si. E nada melhor do que uma volta de lambreta, assim como a princesa Ann com o plebeu Joe, para descobrir um mundo em que ela nunca imaginou conhecer. Assim como vimos no capítulo 6 que em *Roman Holiday* a princesa Ann, personagem de Audrey, foge do palácio para desbravar Roma e viver uma vida sem ser trancada nas quatro paredes da realeza, através de Chico, Malu pôde conhecer uma roda de samba “raiz” sendo levada pelo personagem até o morro.

Neste momento, no qual é nítido uma transição de personalidade da personagem através do seu figurino, Maria Luiza abandona os *tailleurs* e o clássico *new look* que dão à ela toda a elegância e seriedade de uma mulher casada, rica e de elite, e passa a utilizar roupas que evidenciam mais a sua silhueta, assim como tornam o visual da protagonista que ainda é muito jovem, mais despojado e alegre, justamente para acompanhar a nova fase da vida de Malu.

Fotografia 101 e 102 – “As sonhadoras”.



Fonte: frame da série, disponível na Netflix (ep. 4, temp. 1).

Nos frames acima Malu está em São Paulo na casa de seus pais por conta da desilusão que a personagem teve ao querer abrir seu clube de música e na primeira tentativa, logo não ocorrer da forma que ela esperava. Mais uma vez inspirada nos looks da atriz britânica Audrey Hepburn, citada no capítulo 6, Malu aparece de calça capri preta, uma tendência nos anos 50, t-shirt cinza e sapatilha preta, referências que também estão presentes no capítulo 6. E não é por mera coincidência que a protagonista está vestindo um figurino tão escuro nessa cena.

Como já visto no capítulo 7, apesar da cor preto representar a elegância, característica que a personagem nunca perdeu ao longo da série, nas cenas acima, juntamente com o cinza, o figurino quer passar toda tristeza e melancolia

da personagem ao pensar na possibilidade de voltar para São Paulo e desistir do seu sonho de abrir um clube de música no Rio de Janeiro. Nestes frames a personagem já estava em transição de Maria Luiza para Malu, mas justamente por não estar se reconhecendo e não estar mais encontrando nela mesma a força da Malu, a personagem veste cinza para representar toda a melancolia de estar passando por essa fase, assim como a tristeza de estar regredindo para o passado voltando para a casa dos pais. O preto, por sua vez, em composição com o cinza, também traz à tona a tristeza de Malu por não estar mais se reconhecendo.

Fotografia 103 – “Desapego”.



Fonte: frame da série, disponível na Netflix (ep. 6, temp. 1).

Fotografia 104 – “Desapego”.



Fonte: frame da série, disponível na Netflix (ep. 6, temp. 1).

Fotografia 105 – “Fantasmas do Natal passado”.



Fonte: frame da série, disponível na Netflix (ep. 7, temp. 1).

Fotografia 106 – “Sobre Viver”.



Fonte: frame da série, disponível na Netflix (ep. 1, temp. 2).

Fotografia 107 – “Sobre Viver”.



Fonte: frame da série, disponível na Netflix (ep. 1, temp. 2).

Analisando a personagem, pude perceber que em mais quatro ocasiões a protagonista utiliza o preto e o cinza para representar tristeza, melancolia e o passado, significados dessas cores que já vimos no capítulo 7. Nos dois primeiros frames, ambos do mesmo episódio e temporada, Malu aparece de preto para representar a tristeza. Na fotografia 103, Malu conversa com um advogado sobre a situação de seu filho que está em São Paulo com os pais. O

pai da personagem não admite a vida que a filha leva, “desquitada” e dona de um clube de música, e portanto ele procura um advogado para tomar a guarda do menino. Na fotografia 104, Malu e Adélia amparam Lígia que acaba de contar que está passando por uma gravidez indesejada que é fruto de seu casamento tóxico e abusivo com Augusto. Na fotografia 105, no último episódio da primeira temporada, Malu está de cinza e no telefone. O telefonema que ela havia recebido foi do ex-marido, que após ficar sabendo do sucesso da esposa com o clube de música, resolve ligar para avisar que em breve estará de volta. Um recado desses, por sua vez, não é nada bom para Malu, visto que a personagem teve uma transição de Maria Luiza para Malu justamente por conta da traição e da separação, e vive um dos melhores momentos de sua vida com liberdade, autoritarismo e empoderamento.

Já nos outros dois frames (fotografia 106 e 107), que se passam no primeiro episódio da segunda temporada da série, a personagem utiliza de figurinos mais escuros logo de início por conta do baque de ter recém saído de um coma por conta de um tiro que levou junto com a amiga Lígia no último episódio da primeira temporada, bem como para também viver o luto de ter perdido a melhor amiga desde a sua adolescência. Além do luto por conta da tristeza e da perda, Malu também passa pelo luto de não estar se reconhecendo. Nos frames 4 e 5, a personagem está morando com o ex-marido que voltou para ficar com a esposa por conta do tiro e aproveitar para, mais uma vez, aplicar um golpe em Malu.

A protagonista que já havia perdido a melhor amiga, também perdeu o clube de música para o marido que, por conta própria, resolveu tornar o Coisa Mais Linda o tão prometido restaurante. Inconformada, mas também paralisada por conta da tristeza, Malu estava vivendo uma fase em que ela mesma não se reconhecia, apenas vivia, mas não deixava que aquela intensidade de viver e sonhar, muito presente na personalidade da personagem, os acompanhassem, e portanto utilizava de cores mais escuras como o preto e o cinza para que as mesmas pudessem remeter a tristeza e a melancolia, como já foi mostrado no capítulo 7.

Na fotografia 106, é possível perceber que Malu utilizava um sutiã tendência nos anos 50: aqueles que levemente faziam um formato de “cone”, como citado no capítulo 6 sobre a moda nos anos dourados. Já na fotografia

105, mais uma influência da atriz britânica Audrey Hepburn, também citada no capítulo 6: os lenços. A atriz utilizava muito o lenço como acessório no pescoço, adereço que foi fortemente usado pela personagem Ann de Roman Holiday em sua aventura com Joe por Roma. E como a semelhança do figurino e visual de Malu com o de Audrey não é mera coincidência, a t-shirt preta + lenço xadrez nas cores preto, marrom e branco (as cores presentes no lenço também entram na representação da melancolia da personagem) + franja e rabo de cavalo mais abaixo da cabeça + sobrancelhas marcadas é uma influência de estilo muito grande de Audrey, como já vimos no capítulo 6.

Fotografia 108 e 109 – “As consequências”.



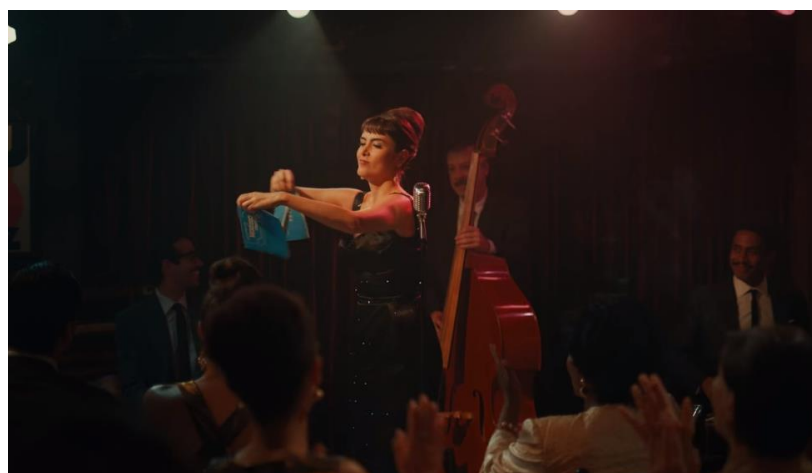
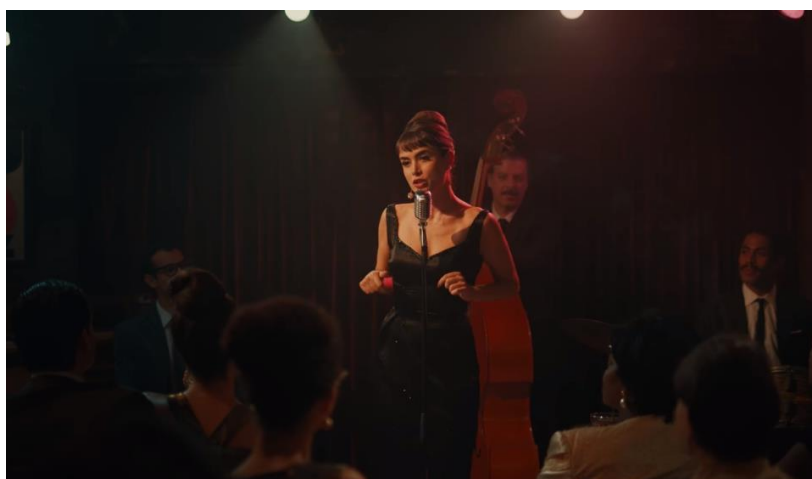
Fonte: frame da série, disponível na Netflix (ep. 5, temp. 1).

Diferentemente das fotografias que foram analisados acima, nestes dois frames, cujo ambos são do episódio 5 da primeira temporada, Malu utiliza o preto não para representar a tristeza, mas sim o poder, significado que o preto

representa e que vimos no capítulo 7. Elegantemente vestindo um “pretinho básico”, óculos gatinho, um colar de pérolas, tendência fortíssima nos anos 50 e chapéu, como já citado no capítulo 6, nesta cena, Malu vai até a revista Ângela, local em que a amiga Thereza trabalha, para rebater uma crítica em um jornal sobre o seu clube.

O preto nesta cena, não representa o luto e tampouco a tristeza, mas sim o poder da personagem de ter tido a coragem de rebater uma crítica sobre o seu clube mesmo sabendo que renderia à ela muitos julgamentos e repercussões. Mas como também fica perceptível na cena, o figurino + a composição de adereços e acessórios transcende tanto poder, que através do olhar e da postura da protagonista dá para sentir o tamanho empoderamento da atitude.

Fotografia 110 e 111 – “Jeitinho Carioca”.



Fonte: frame da série, disponível na Netflix (ep. 3, temp. 2).

Além dos frames anteriores que mostram a cor preto presente no figurino da personagem como uma cor de poder, estes dois outros frames não são diferentes. Analisando a personagem, percebi que o uso do preto nos figurinos da Malu é como o ditado “8 ou 80”. Ou ela utiliza o preto porque está passando por um momento muito triste e difícil, ou para representar poder e autoridade máxima.

Nos frames acima, que mostram uma cena do terceiro episódio da segunda temporada, Malu utiliza o preto único e exclusivamente para demonstrar poder. No palco de seu clube de música, que após o segundo golpe do ex-marido ela conseguiu retomar de volta, o frame é da cena em que Malu está reabrindo o Coisa Mais Linda e por sua vez, rasgando o cardápio do restaurante que o ex-marido havia montado em cima do palco e ao som das palmas de todas as pessoas presentes naquela reabertura. Além da cor representar o poder da personagem, como já citado no capítulo 7, a autoridade de Malu também está presente através do vestido que realça o busto da protagonista por meio do decote (mesmo que discreto) e da silhueta marcada, que foi contornando e desenhando o corpo de Malu no vestido, que juntamente com um coque, para somar com a elegância do penteado + a cor do figurino, referências citadas no capítulo 6 sobre a moda nos anos dourados, fez a composição do look perfeito para uma noite cheia de poder e revolução das mulheres novamente.

Fotografia 112 – “As sonhadoras”.



Fonte: frame da série, disponível na Netflix (ep. 4, temp. 1).

Fotografia 113 – “As consequências”.



Fonte: frame da série, disponível na Netflix (ep. 5, temp. 1).

Fotografia 114 – “Só as mulheres”.



Fonte: frame da série, disponível na Netflix (ep. 4, temp. 2).

Fotografia 115 - "Só as mulheres".



Fonte: frame da série, disponível na Netflix (ep. 4, temp. 2).

Fotografia 116 - "Só as mulheres".



Fonte: frame da série, disponível na Netflix (ep. 4, temp. 2).

Fotografia 117 – “Só as mulheres”.



Fonte: frame da série, disponível na Netflix (ep. 4, temp. 2).

Como já citado por mim anteriormente neste capítulo, ao analisar a personagem Malu, pude perceber a evolução da silhueta da protagonista desde o primeiro episódio da primeira temporada, até o sétimo episódio da segunda e última temporada. Quando Malu ainda era Maria Luiza, o godê era extravagante, dando aquele ar “princesinha elegante”, que acompanhado de *tailleurs*, luvas e boinas, faziam um “combo” de mulher “recatada e do lar”, como já citado tanto no capítulo 2, sobre a moda pós 2ª guerra mundial, quanto no capítulo 6, sobre a moda nos anos dourados.

Com a evolução da personagem, o godê extravagante foi ficando um pouco de lado e dando espaço à um godê mais discreto, que ao invés de passar seriedade à personagem, transmitia jovialidade. Porém, quando se trata de figurino utilizado no Coisa Mais Linda o godê pouco aparece. Malu sempre apostou da silhueta marcada, desenhando as curvas do seu corpo e dando ênfase e sensualidade à mulher que ali naquele corpo está presente. Toda a feminilidade delicada de Audrey através do godê ficava um pouco de lado para dar espaço aos figurinos hollywoodianos, em que a maioria espelha a sensualidade e o poder de Marilyn Monroe, ícone feminino que está presente no capítulo 6 deste trabalho.

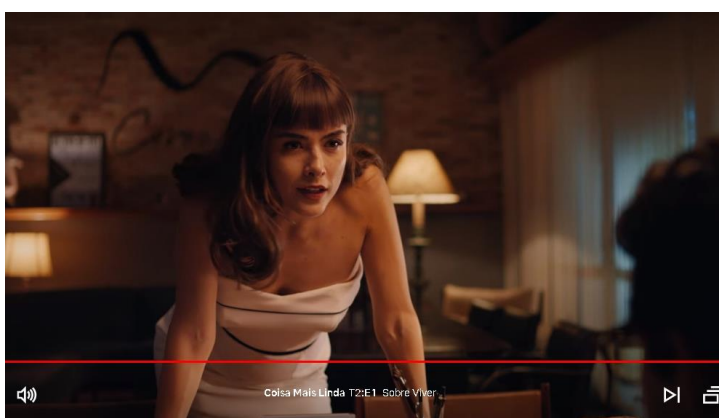
Nas fotografias 112 e 113 mostradas acima, ambos são do mesmo episódio e de uma mesma temporada: no dia em que Adélia e Malu abriram o Coisa Mais Linda. Dona de uma paleta cheia de confiança e personalidade, Malu não poderia usar outra cor que não fosse derivadas de verde ou azul. Dentro de

um vestido azul esverdeado, realçando toda sua beleza através da silhueta marcada, Malu representava a esperança e a confiança, significados das cores azul e verde presentes no capítulo 7, de estar indo atrás dos seus sonhos.

Já nas fotografias 114, 115 e 116, Malu aparece de rosa, uma cor menos frequente da paleta do figurino da personagem. Porém, neste episódio, especificamente, nenhuma cor melhor que o rosa poderia expressar e representar o que significava essa noite para todas as mulheres presentes no Coisa Mais Linda. A fotografia 114 mostra Malu saindo do Copacabana Palace com todas as vestimentas de um vereador na mão. Isso porque o político tentou subordinar a protagonista por ela não ter aceitado sair com ele, e como troco, fechou o clube de música. Por sua vez, Malu devolveu o troco enganando o vereador, e o obrigando a reabrir o Coisa Mais Linda por ter deixado o político nu no hotel e o ameaçando a entregar as roupas para a esposa do mesmo. Com toda feminilidade e intensidade do rosa, como já vimos no capítulo 7, Malu deu a volta por cima e mostrou que apesar de uma sociedade machista e subordinadora dos anos 50, ela não precisava se relacionar com ninguém para conquistar seu espaço como mulher empreendedora.

No Coisa Mais Linda, uma fila de mulheres a esperava do lado de fora para uma noite somente de mulheres: tanto no palco, quanto na plateia. Na foto 116, percebe-se que a maioria das mulheres presentes na plateia utilizam de figurinos que derivam do cor de rosa, fazendo uma composição com o branco e algumas vestindo azul. Isso porque, neste capítulo, conforme já identificado no capítulo 7, o rosa está presente não somente para representar o poder e a força feminina, como também o sonho realizado de uma noite somente de mulheres. Algumas de branco por representarem a paz de um ambiente onde todas prezam pela mesma coisa: o respeito; outras de azul representando a tranquilidade e a fidelidade de estarem somente entre mulheres, e a maioria de rosa, simbolizando a intensidade da importância daquela noite.

Fotografia 118, 119 e 120 – “Sobre Viver”.



Fonte: frame da série, disponível na Netflix (ep. 1, temp. 2).

Como citado acima, quando se trata de figurino para as noites de muito jazz, bossa nova e samba no Coisa Mais Linda, Malu deixa seu lado “mocinha” de Audrey para dar lugar e espaço ao seu lado Marilyn de ser, apostando em, como já vimos no capítulo 6, vestidos corte princesa, feitos à cetim para brilhar muito, assim como o clube de música. Além dos vestidos estilo Marilyn utilizados

por Malu no Coisa Mais Linda, no primeiro episódio da segunda temporada da série, como mostra os frames acima, Malu veste um de seus vestidos que realçam sua silhueta para resolver duas coisas muito importantes: seu desquite e a retomada do Coisa Mais Linda, que até então tinha se tornado o restaurante do seu ex-marido.

Em um vestido branco com detalhes em preto, exaltando e exalando todo seu poder, é através de um corte princesa que desenhava seu corpo, que Malu fez aquela Maria Luiza que nem ela lembrava mais, sair de seu corpo e retomar aquela mulher forte, empoderadas e corajosa que sempre correu atrás dos seus sonhos. Até então, no primeiro episódio da segunda temporada, por conta de recém ter saído do coma e com o baque da morte da amiga, Malu se conformou muito com a vida que criaram para ela. Foi quando ela decidiu a criar a vida que ela realmente queria viver e ressuscitar a Malu que ainda existia dentro dela.

A cena chama atenção porque ela se veste deste modo, em um vestido mais gala, não para sair ou ir para noite, mas realmente para realizar duas atitudes muito importantes. O desquite, hoje chamado de divórcio, que era algo inadmissível naquela época, uma mulher desquitada era a coisa mais apavorante poderia existir. Controversamente, desta vez Malu não precisou usar o verde ou o azul para ter coragem e esperança. Ela simplesmente reviveu a Malu que nela ainda habitava, e através da paz do branco em saber o quanto ela era capaz de mudar novamente a sua vida, e por meio dos detalhes poderosos do preto, referências de significados destas cores que também estão presentes no capítulo 7, para mais uma vez ir atrás dos seus sonhos.

Para finalizar a análise da “protagonista das protagonistas”, também através de frames retirados da Netflix, quero mostrar o quanto o verde e o azul, cores de maior presença na paleta da personagem, simbolizam a coragem, a esperança, a fidelidade e a harmonia através da personalidade de Malu.

Figura 28 – Frames demonstrando a paleta de cores de Malu.



Fonte: figura elaborada pela autora com frames com base na série (1 – ep. 6, temp. 1; 2 – ep. 7, temp. 1; 3 – ep. 1, temp. 2; 4 e 5 – ep. 2, temp. 2; 6 e 7; ep. 4, temp. 2; 8 e 9 – ep. 6, temp. 2).

Como já mencionado neste capítulo, a protagonista Malu possui uma paleta de cores, em que, na maioria das vezes, seu figurino deriva de tons de verde e azul. Através do capítulo 7, em que eu trouxe para este trabalho um aprofundamento sobre algumas cores e seus significados, pude concluir que as cores verde e azul foram escolhidas pela força, coragem, otimismo e esperança que a personagem representa em ambas as temporadas da série.

Sem medo de revolucionar, bem pelo contrário, esse sempre foi o objetivo da Malu: mudar o “conceito” de mulher perante à uma sociedade machista e conservadora dos anos 50. Além de corajosa, Malu encorajou e deu força as demais protagonistas da série Adélia, Thereza, Lígia e Ivone, as incentivando a nunca desistirem de seus sonhos e enfatizando sobre a importância das protagonistas serem as mulheres das próprias vidas e nunca aceitarem serem rebaixadas por um homem pelo simples fato de serem mulheres.

Na imagem acima, criada por mim através de frames da Netflix, tenho como objetivo enfatizar mais uma vez a presença dessas cores no figurino da personagem Malu. O verde está sempre inserido nas cenas em que ela

representa a coragem e a força, assim como já mencionado estes significados no capítulo 7. No frame 1, ela está discursando no Coisa Mais Linda, e no frame 9, cena do último episódio da última temporada, Malu está incentivando e dando força à Ivone que irá participar de um festival de música. Nos outros 7 frames, o azul transmite a tranquilidade e a confiança, conceitos também abordados no capítulo 7, de uma mulher que sabe o quanto é forte. Como por exemplo no frame 5, onde Malu está usando azul petróleo e com um copo de whisky na mão, ela conversava com o advogado sobre seu desquite com Pedro, seu ex-marido, cheia de confiança e tranquilidade, por mais que uma mulher desquitada naquela época fosse um caos.

Da mesma forma como no frame 6, mesmo que o azul esteja em meio à listras, a cor foi a responsável por representar a confiança da personagem a ir convidar uma atriz hollywoodiana para sua noite das mulheres no Coisa Mais Linda. E por fim, mas não menos importante, o frame 8. Pode não parecer, mas nesta cena Malu utiliza um figurino azul esverdeado, porém em um tom mais escuro. Junto com o vestido, ela vestiu coragem, força e esperança de alertar outras mulheres quando decidiu ir até a rádio onde Thereza trabalhava para falar sobre relacionamento tóxico e abusivo através da experiência em que ela viveu ao lado da amiga Lígia.

Figura 29 - Discurso de Malu na rádio sobre a morte da amiga Lígia por conta de um casamento tóxico e abusivo.



Fonte: Pining (2020).

Para uns, figurino é apenas um figurino. Para outros, e agora principalmente para mim, o figurino simboliza, representa e influencia a personalidade de uma mulher, tanto através da sua silhueta, quanto das cores presentes nas roupas. O próximo capítulo é uma análise complementar que tem como objetivo analisar o figurino das demais protagonistas da série. Diferentemente da análise da Malu, as análises das personagens serão mais breves, mas não serão menos importantes. Afinal, tudo o que elas representam na série como mulheres, estão presentes através de seus figurinos.

9.1 Mais uma dose de martini: uma análise complementar das demais personagens da série coisa mais linda.

Como autora e pesquisadora deste trabalho, tenho total ciência de que, caso cada personagem citada neste capítulo fosse analisada minuciosamente, esta pesquisa ficaria muito extensa. Portanto, como não abro mão de analisar e enaltecer estas 4 grandes personagens, sucintamente, analisarei a importância

da paleta de cores presentes no figurino das protagonistas, assim como a relevância da influência de algumas artistas brasileiras para o papel destas personagens na série. Iniciaremos pela análise da personagem Adélia; sócia de Malu no Coisa Mais Linda, que tanto mostra ao espectador através de cada episódio que se ser mulher na década de 50 era difícil, ser mulher negra era ainda mais.

Figura 30 – Paleta de cores referente à personagem Adélia.



Fonte: elaborado pela autora.

A paleta que representa o figurino de Adélia é forte, sofrida e cheia de sonhos. Quando Adélia ainda trabalhava como doméstica a frequência de cores mais claras, como por exemplo, variações de tons de bege, eram mais presentes nas blusas da personagem. As saias, por sua vez, possuíam um toque godê, mas bem leve, e na maioria das vezes a cor utilizada era o marrom, tanto nas saias, quanto nos lenços na cabeça. É provável que o godê de Adélia nunca tenha sido tão “bufante” como o de Malu por conta da classe social das personagens. Quanto maior o godê, mais tecido é necessário, e portanto a peça de roupa acaba ficando mais cara.

Os tons terrosos utilizados por Adélia antes de virar sócia de Malu no Coisa Mais Linda, muito representam os tons terrosos do morro, local onde Adélia vivia com a filha pequena Conceição e a irmã Ivone. Analisando a

personagem, pude perceber que em momentos de mais vulnerabilidade, cenas em que Adélia sofria preconceito e distinção por ser negra e doméstica, normalmente a protagonista estava vestindo figurinos em uma paleta com variações de bege e marrom.

Como já mencionado no capítulo 7, onde ressaltai a importância dos significados das cores, o marrom além de simbolizar o campo e a terra, elementos naturais, ele também simboliza a melancolia, conceitos que muito se ligam à personagem Adélia no início da série. O marrom muito representa os tons terrosos presentes no morro, e a melancolia do marrom está presente no preconceito, no racismo e nas dificuldades diárias que Adélia enfrentava para conseguir sustentar a família.

Também através da análise de Adélia, pude perceber que quando a protagonista mais estava empoderada nas cenas ela estava vestindo vermelho. Isto porque, também como já foi citado no capítulo 7, o vermelho demonstra o amor, o calor e a felicidade. Por mais que o fato da personagem deixar de trabalhar em casas de família para virar sócia de Malu no clube de música não tenha deixado de lado o racismo e o preconceito, era de uma extrema vitória uma mulher, e ainda por cima negra, fazer parte de uma sociedade naquela época. Com esta transição na vida de Adélia, a protagonista passou a se sentir valorizada, assim como também ganhou voz como mulher, se empoderando e se tornando uma Adélia mais forte. Portanto, nada melhor do que o vermelho para marcar a alegria de um grande passo de uma mulher negra dentro de uma sociedade tão conservadora e preconceituosa dos anos 50.

Em outros momentos, tanto em roupas de dia a dia, quanto em figurinos mais exóticos para as noites no Coisa Mais Linda, é possível perceber a utilização da cor rosa por Adélia. Como já visto no capítulo 7, o rosa é a cor dos sonhos, do charme e do sentimentalismo, o que muito define Adélia, que estava vivendo um sonho em ter voz e espaço como mulher, em vestidos que eram puro charme ressaltando a silhueta do seu corpo, da mesma forma em que ela vivia intensamente, coisa que, antigamente Adélia não podia fazer. Assim como Malu, Adélia também teve uma evolução no figurino, porém de forma menor: ela deixou de lado o godê leve do início da série para dar lugar a silhueta marcada, o que também representa a transição de uma Adélia sofrida, oprimida e subordinada, para uma Adélia cheia de si, empoderada e com voz ativa.

Agora que brevemente eu pude trazer um pouco da essência da personagem Adélia através do figurino da mesma na série, chegou o momento de analisar outra grande e forte personagem: Thereza.

Figura 31 - Paleta de cores referente à personagem Thereza.



Fonte: elaborado pela autora.

Como já citado no capítulo 8, Thereza é a personagem mais à frente do seu tempo na série, o que influencia, e muito, no figurino desta grande protagonista. Foi difícil definir uma paleta de cores específica para Thereza, visto que a personagem é tão autêntica que possui um figurino muito variado, de cores diferentes, listras e estampas. Porém, através da análise da personagem pude perceber que as cores que mais estão presentes no figurino de Thereza são vermelho, tons de verde escuro, preto, tons terrosos, e por fim, o clássico branco. Justamente por ser uma mulher tão empoderada que Thereza possui uma paleta tão diversificada: ela representa tanto que são necessárias diversas cores para representá-la.

Logo de início, pude perceber a semelhança da personagem com Brigitte Bardot, atriz francesa citada no capítulo 6, tanto no estilo de figurino, quanto na questão de revolucionar. No capítulo 6 quando falo sobre Brigitte, afirmo que atriz se vestia de forma sexy, mas ao mesmo tempo confortável, e Thereza não

é diferente na série. Provável que a personagem seja a mais sexy por conta da sua sexualidade e liberdade dentro do relacionamento. Thereza também é jornalista, e diferentemente da maioria das mulheres da época que apenas cuidavam da casa, Thereza exercia sua profissão. Profissão que, muito se assemelha com o papel de Alceu Penna, comunicador, estilista e ilustrador citado no capítulo 4, que através de suas colunas nos jornais e revistas, buscava dar voz e poder às mulheres, deixando de lado dicas e matérias que só somavam na submissão da mulher aos homens e ao lar na década de 50, e revolucionando através de sua coluna “As Garotas”.

Como citado no capítulo 5, quando falo sobre três grandes mulheres brasileiras, o meio da comunicação era praticamente comandado por homens. Tanto era que na série, mesmo trabalhando em uma revista Feminina, Thereza era a única mulher que trabalhava naquele meio. Também pelo fato da presença masculina constante na sua vida, a atriz utiliza de um figurino em que não era tão utilizado pelas mulheres naquela época, as calças e camisas, muito por influência do local onde trabalhava: predominado por homens.

Ao analisar a personagem, pude perceber que no episódio 2 da primeira temporada, vestida com a camisa listrada de verde e preto, como o mostra o segundo frame acima, da esquerda para direita, Thereza está conversando com o seu chefe na revista e fala sobre a ruim experiência dos homens com o mundo das mulheres. O chefe logo a rebate e diz que não existe “mundo das mulheres”, referência que está no capítulo 5, onde eu trago um pouco sobre a história da comunicadora e cantora Hebe Camargo com o primeiro programa feminista do Brasil “O Mundo é das Mulheres”. Outra semelhança da personagem com Hebe Camargo é que, na segunda temporada, Thereza é a primeira mulher a apresentar um programa de rádio na Rádio Nacional, assim como Hebe Camargo foi a primeira apresentadora mulher no Brasil.

Além da semelhança de comportamento e posição como comunicadora com Hebe Camargo, Thereza também possui outra característica muito revolucionária para época: os cabelos loiros, o que também se encaixa com o visual da atriz Brigitte Bardot, conforme a mesma foi citada no capítulo 6, e que os penteados da atriz e da personagem Thereza, assim como maquiagem e figurino, possuem bastante semelhança.

Por fim, quero ressaltar que as cores presentes no figurino da protagonista Thereza, conforme foi enfatizado no capítulo 7, muito dizem sobre ela: a presença do verde escuro para simbolizar a coragem da personagem como mulher, assim como a esperança que a mesma tinha em ainda ver um mundo mais protagonizado e liderado por mulheres; o preto que representa todo o poder de Thereza, o vermelho por ser uma mulher sexy, poderosa e alegre. Os tons terrosos, que muitas vezes fizeram parte do figurino da protagonista, na maioria das vezes estavam presentes ou em saias em que eram bem coladas realçando a silhueta da personagem, ou em estampas pequenas e discretas cujo a cor de fundo da camisa eram os terrosos. Em alguns momentos, mais especificamente em vestidos mais gala, Thereza utilizava o branco. A personagem que mais ousou no figurino, quando utilizava saias ou vestidos, os mesmos eram sempre ressaltando sua silhueta.

Fotografia 121 e 122 – “Garotas não são bem-vindas”.



Fonte: frame da série, disponível na Netflix (ep. 2, temp. 1).

Nos frames acima, em que Thereza vai fazer uma reportagem sobre uma nova coleção para a revista onde trabalhava, a influência da Casa Canadá, berço da moda brasileira nos anos 50, como foi visto no capítulo 3, é muito forte. O local onde a cena foi gravada muito se parece com a Casa Canadá e a forma como os estilistas da *Maison* carioca provavam e criavam seus luxuosíssimos vestidos. Na cena também está presente um estilista em que a forma como o mesmo se veste muito se assemelha à Dener Pamplona, grande influência da Casa Canadá, como também foi citado no capítulo 3.

A protagonista Thereza ousou e revolucionou na série, e mesmo que de forma breve, através desta análise, pude apresentar e enaltecer esta grande

mulher e personagem. A próxima protagonista a ser analisada será Lígia, a mais clássica das personagens de Coisa Mais Linda.

Figura 32 – Paleta de cores referente à personagem Lígia.



Fonte: elabora pela autora.

Lígia é a doçura da mulher clássica dos anos 50, desde o figurino até o cabelo e a maquiagem. É a personagem que mais utiliza estampas em seus figurinos, e por conta disso, criar uma paleta de cores para ela também não foi muito fácil. Porém, o estilo da personagem de Lígia muito se liga à vida que a protagonista leva na série: de submissão. Por conviver em um meio político, visto que o marido de Lígia quer lançar sua candidatura à prefeitura do Rio de Janeiro, Lígia é a que possui o figurino mais clássico e com cortes mais “princesa”.

Diferentemente de Malu, Adélia e Thereza, Lígia nunca utilizou um vestido ou figurino específico que realçasse sua silhueta. O máximo de realce possível foi através de vestidos godê em que a cintura ficava mais realçada. Ao analisar a personagem, pude notar que a mesma possui uma influência brasileira muito grande em seu figurino, o que é possível fazer ligação com Alceu Penna, comunicador, estilista, ilustrador muito importante para a moda brasileira, citado no capítulo 4. Alceu criava peças através da brasilidade feminina. Ele queria que o Brasil tivesse sua moda autêntica e apenas se inspirasse na moda francesa, mas não “recriasse” os modelos. Alceu desenhava roupas de acordo com a

estética e corpos das mulheres, também relacionando seus figurinos com a identidade do nosso país e com o clima, que diferentemente de Paris, é um clima tropical.

Lígia é a brasilidade em forma de mulher, e muito se assemelha com a cantora Maysa, na qual foi citada no capítulo 6 desta pesquisa, tanto na forma de se vestir, quanto na forma de cantar. Outro ponto que pude perceber ao analisar a personagem, é a ligação de Lígia com a cantora Elza Soares: na série o sobrenome de Lígia é Soares, e além disso, ambas que sonhavam em ser cantoras, sofriam violência doméstica e não possuíam o apoio dos maridos nesta grande realização pessoal e profissional. Apesar da semelhança, infelizmente o desfecho de Lígia foi diferente de Elza: por conta dos ciúmes e machismo doentios do marido, Lígia acabou sendo vítima de feminicídio.

Mesmo carregando uma personagem com muitas “feridas abertas”, a paleta de cores de Lígia tem cores vibrantes como as cores mais utilizadas em seus figurinos: verde, laranja, amarelo e preto, e na maioria das vezes, essas cores se misturavam à estampas. Como já vimos no capítulo 7, onde mencionei o significado das cores, Lígia carregava no verde a esperança de um dia poder viver seu grande sonho, e no laranja e no amarelo, o calor e a luz do Rio de Janeiro. A luz é representada pelo amarelo, e o prazer é representado pelo laranja, conceitos presentes na voz da protagonista: a luz da sua voz e o prazer de estar cantando.

O preto era utilizado pela personagem principalmente em vestidos de gala, onde a maioria possuía cortes mais “princesa”, principalmente no decote no busto. No quarto e último frame acima, da esquerda para direita, Lígia utiliza o preto tanto para representar o poder tanto da sua voz, quanto para representar a presença da personagem no palco. Apesar das cores da paleta da protagonista significarem muito sobre ela, a maioria tem muita ligação com o clima quente brasileiro, assim como os tons mais escuros de verde utilizados por Lígia possuem ligação com uma das maiores florestas tropicais do mundo: a Floresta Amazônica, pulmão do Brasil.

Por fim, mas não menos importante, finalizarei esta análise complementar com uma personagem que também é muito brasileira: Ivone.

Figura 33 – Paleta de cores referente à personagem Ivone



Fonte: elaborado pela autora.

Ivone. O nome não é mera coincidência. Nascida e criada em rodas de samba, a personagem Ivone não só carrega o nome da grande dona Ivone Lara, citada no capítulo 5 desta pesquisa, como fortes influências da cantora. Ivone é a maior influência feminina do samba na série. Na primeira temporada, o samba é representado por Capitão, marido de Adélia, e sua banda, e já na segunda temporada, quando Ivone está em destaque na série, visto que na primeira temporada ela aparece poucas vezes, o samba é embalado na voz da protagonista.

Ivone é a personagem mais jovem da série, e portanto seu figurino não é com vestidos que enaltecem sua silhueta, e sim com leves godês para dar um toque mais jovial a protagonista. Também com a presença de marrom nos figurinos em que ela está no morro, da mesma forma que na paleta de Adélia os tons terrosos representam o morro, na de Ivone o marrom tem o mesmo significado. O amarelo, por sua vez, é uma das cores mais utilizadas pela personagem, seja de forma “lisa” ou em estampas. Como já visto no capítulo 7, a cor representa a luz, a fé e o otimismo, o que muito representa Ivone. Luz através da sua voz, fé em poder transformar o sonho em viver da música

realidade, e otimismo de um dia poder parar de provar que é capaz só pelo fato de ser mulher, e principalmente, mulher negra.

Da mesma forma que dona Ivone Lara, a protagonista Ivone antes de seguir seu sonho não trabalhava com a música. Foi pelo apoio e insistência de Malu que Ivone enxergou que a música era seu lugar. Além da ligação com a grande Ivone Lara, ao analisar a personagem, um ponto me chamou muita atenção e me fez assimilar com Elza Soares: no último episódio da segunda temporada quando Ivone ganha o Festival da Música Brasileira, cena que, em meio as câmeras muito me lembraram os auditórios em que Elza se apresentava quando nova, o namorado de Ivone chegou e disse “vim direto do Maracanã para ver você ganhar”. Uma ligação que, imediatamente, fiz à Garrincha, companheiro de anos de Elza Soares, que assim como Miltoninho, namorado de Ivone, era jogador de futebol.

Através tanto desta análise complementar, quanto da análise principal feita por meio da personagem Malu, é possível perceber o quanto os figurinos não são mera coincidências, e sim possuem uma influência de grandes mulheres, assim como a escolha específica das cores para representar a personalidade de cada uma delas, fazendo composição com os modelos de figurinos que também dizem muito sobre a essência de cada personagem.

10 “NUM DOCE BALANÇO À CAMINHO DO BAR”: CONSIDERAÇÕES FINAIS

As luzes do Coisa Mais Linda se apagam, as portas se fecham e os scarpins são tirados juntamente com aqueles lindos figurinos que realçaram a silhueta, a força e a importância de cada uma daquelas protagonistas na série. É assim que eu me sinto: como se eu estivesse terminando uma novela e, já com saudade, me despedindo daquela personagem que interpretei por quase um ano. Quando escolhi falar sobre a minha série preferida, eu “vesti” uma Eduarda que nem eu sabia que existia. Vivi intensamente cada capítulo que escrevi, curti profundamente cada nome que aqui citei, e me inspirei nas grandes mulheres que tive o prazer de pesquisar e poder de alguma forma melhor conhecer.

O tcc não foi para mim somente um trabalho de conclusão de curso: foi através dele que muito aprendi sobre as cores, e que também muito apliquei na minha vida profissional. Falando assim parece que foi um sonho, né? Acreditem, pequenos pesadelos também me acompanharam, mas que foram essenciais tanto para o resultado desta pesquisa que tanto estou orgulhosa, quanto para minha evolução como pessoa, estudante, profissional e pesquisadora. Tenho ciência de que muito ainda eu poderia falar. Como diz minha orientadora Márcia, se eu fosse analisar cada protagonista como eu analisei a Malu, eu poderia escrever um livro! E quem sabe essas análises mais específicas não me acompanhem em uma possível especialização?

Experiências pessoais compartilhadas à parte, acredito que este trabalho de conclusão tenha cumprido seu objetivo. Tudo que no referencial foi abordado, desde tendências a nomes importantes, foram relacionados às protagonistas. Com a história da moda a partir dos anos 40, pude compreender o poder de uma mulher que há tanto tempo vestia medo e angústia por conta da Guerra, poder, mesmo que levemente, ressaltar suas silhuetas através do New Look; até mesmo a alegria de se arrumarem para reencontrar as amigas nas tardes de jogos e chás, sempre acompanhadas das luvas que iam até os punhos, juntamente com o charme dos chapéus. Com a Casa Canadá, aprendi que Lavoisier sempre esteve certíssimo! Realmente na natureza nada se cria, nada se perde, tudo se transforma. Uma copiadinha daqui, uma adaptação dali, e logo surgiam modelos incríveis através do prêt-à-porter da Maison carioca, com muito

luxo e glamour. E com a Dona Mena Fiala pude afirmar: tudo que uma mulher pega para liderar, realmente dá certo! Dener e Alceu me mostraram que apesar das influências francesas muito fortes na moda naquela época, ter autenticidade e sua própria essência sempre farão com que a gente voe mais alto.

E com as mulheres dos anos 50? Nossa! Vivi intensamente a história revolucionária e inquieta de Hebe Camargo, que não se submetia à nenhum tipo de comparação aos homens. Hebe foi tão autêntica ao longo da vida que ela jamais será esquecida. Dona Ivone Lara, nem a conheci, mas pude sentir a doçura de uma mulher que muito ajudou sua comunidade através da enfermagem e da assistência social. Cumpriu sua missão, e para a alegria de todos nós brasileiros, mesmo que tarde, seguiu seu coração: foi mostrar que samba pode ser feito sim por mulher! Se eu já amei pesquisar sobre essas duas grandes mulheres, quem dirá falar sobre Elza Soares? Francamente, com a história surreal desse ícone de mulher eu poderia fazer um tcc. Que força, que coragem e que luta.

Com a moda nos anos 50, pude compreender o quanto as mulheres eram luxuosas naquela época, assim como o poder de uma silhueta, uma maquiagem e um penteado. E como cada roupa, cada batom, silhueta e penteado naquela época muito representavam e “classificavam” as mulheres. Com isso, pude notar que essa classificação por meio de uma peça de roupa, na maioria das vezes como ponto negativo, infelizmente, ainda é muito presente. Com as cores no capítulo 7, mergulhei em um arco-íris com 11 cores diferentes. Não é à toa que escolhi falar sobre cor no meu tcc. O quanto me fascina e o quanto eu tenho vontade de, a cada comentário que eu faço ou legenda de uma foto que eu posto, fazer uma ligação com as cores (e eu venho fazendo isso com frequência), é o resultado de que eu realmente amei pesquisar e me aprofundar nas cores. E as protagonistas... Ah, as protagonistas! Me inspiro em cada uma daquelas cinco mulheres citadas no capítulo 8. Por mais fictício que seja pelo fato de ser uma série, sei que muitas histórias ali se repetiram e ainda se repetem, e ter estas cinco grandes mulheres ali, inspirando e motivando, foi um dos principais motivos pelo qual eu escolhi falar sobre Coisa Mais Linda.

As análises, simplesmente sem palavras! Eu amei produzi-las e poder rever, com olhar de pesquisadora, minha série favorita. Através da minha análise, pude perceber o quanto minha intensidade no referencial teórico valeu

a pena, pois a cada frame que eu escolhia, eu conseguia ligar à alguma referência trazida por mim no referencial, juntamente fazendo a ligação com a cor do figurino. Entender a importância das cores de um figurino dentro do audiovisual é fascinante! Dá vontade de vestir verde quando quero ter coragem, azul quando o momento for de confiança, rosa quando eu quiser sonhar, laranja ou amarelo quando eu quiser me iluminar; preto, quando eu quiser me empoderar, branco, para a paz representar; a magia do violeta para curtir o carnaval, e a modernidade e naturalidade do marrom quando eu estiver pertinho da natureza. Quando eu quiser causar, eu vou de vermelho! E quando eu estiver triste, um look cinza vai me “cair” super bem.

Este era meu objetivo: costurar análise e referencial com muita cor, empoderamento, silhueta, brasilidade e glamour. Fui uma pesquisadora intensa, que vibrava a cada capítulo finalizado, a cada experiência nova adquirida e a cada orientação realizada. Hoje, deixo meu até breve para este trabalho que foi a coisa mais linda produzir!

REFERÊNCIAS

ALESSANDRO, Rafael. **O uso simbólico da cor no cinema – Parte 1**. Artigos. Avmakers Blog, 2020. Disponível em: <https://www.avmakers.com.br/blog/o-uso-simbolico-da-cor-no-cinema-parte-1>

ANOS DOURADOS. Fatos – Programas de TV: “O Mundo é das Mulheres. Anos Dourados: Imagens & Fatos, 30 jul. 2010. Disponível em: <http://www.anosdourados.blog.br/2010/07/fatos-programas-de-tv-o-mundo-e-das.html>

AVMAKERS. **Círculo cromático**. Artigos. Avmakers Blog, 2017. Disponível em: <https://www.avmakers.com.br/blog/circulo-cromatico/>

BAGONI, Caio. **ROMAN HOLIDAY (A PRINCESA E O PEBLEU): ANÁLISE E IMPRESSÕES**. Cine Grandiose, 2019. Disponível em: <https://cinegrandiose.com/2019/01/02/roman-holiday-analise-e-impressoes/>

BELÉM, Euler de França. **Morre Martha Rocha, a Miss Brasil que quase se tornou Miss Universo**. Jornal Opção, 5 jul. 2020. Disponível em: <https://www.jornalopcao.com.br/colunas-e-blogs/imprensa/morre-martha-rocha-a-miss-brasil-que-quase-se-tornou-miss-universo-266302/>

BERGAMASCO, Daniel; BARROS, Mariana; VERANO, Rachel; XAVIER, Maurício. **O ateliê de Dener: Antigo estúdio do precursor da alta costura no Brasil hoje é lanchonete**. Cultura & Lazer. Veja São Paulo, 5 dez 2016. Disponível em: <https://vejasp.abril.com.br/cultura-lazer/curiosidades-aniversario-sao-paulo-dener/>

BONADIO, Maria Claudia; GUIMARÃES, Maria Eduarda Araujo. **Alceu Penna e a construção de um estilo brasileiro: modas e figurinos**. Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, n. 33, jun. 2010.

BOSCARIOL, Mariana. **A Casa Canadá: história do centro pioneiro da alta-costura no Brasil**. Fashion Bubbles, 2021b. Disponível em: <https://www.fashionbubbles.com/historia-da-moda/casa-canada-historia/278947/> Acesso em 15/06/2020

BOSCARIOL, Mariana. **Alceu Penna: o ilustrador que deu forma e cor à moda brasileira**. Fashion Bubbles, 17 mar. 2021d. Disponível em: <https://www.fashionbubbles.com/historia-da-moda/alceu-penna-o-ilustrador-da-moda-brasileira/280998/>

BOSCARIOL, Mariana. **Anos 50 em gifs animados – História da Moda em imagens originais**. Fashion Bubbles, 2021f. Disponível em: <https://www.fashionbubbles.com/historia-da-moda/anos-50-historia-da-moda-em-gifs-super-divertidos-anos-50-e-60/224206/> Acesso em 23/05/2020

BOSCARIOL, Mariana. **Dener Pamplona de Abreu: vida e obra do pioneiro da moda brasileira.** Fashion Bubbles, 09 mar. 2021c. Disponível em: <https://www.fashionbubbles.com/historia-da-moda/dener-pamplona-de-abreu/1703/>

BOSCARIOL, Mariana. **Moda e cidadania nos anos 40 e 50: a emancipação feminina – Parte 3/3.** Fashion Bubbles, 25 fev. 2021a. Disponível em: <https://www.fashionbubbles.com/historia-da-moda/moda-e-cidadania-anos-40-e-50-a-emancipacao-da-mulher-parte-2-3/>

BOSCARIOL, Mariana. **Quem foi Mena Fiala? A história da promotora dos desfiles de manequins no Brasil.** Fashion Bubbles, 2021e. Disponível em: <https://www.fashionbubbles.com/historia-da-moda/quem-foi-mena-fiala-a-historia-da-promotora-dos-desfiles-de-manequins-no-brasil/277763/> > Acesso em 15/06/2020

CALEGARI, Blog da Mari. **Carmem Miranda.** Blog da Mari Calegari, jan. 2017. Disponível em: <https://i2.wp.com/blogdamaricalegari.com.br/wp-content/uploads/2017/01/carmem-miranda.jpg?w=500&ssl=1>

CAMARGO, Zeca. **Elza.** Brasil: Leya, 2018.

CARAS DIGITAL. **Relembre os figurinos mais lindos e encantadores das personagens da 1º fase de Velho Chico.** Fashion. Caras Digital, 11 abr. 2016. Disponível em: <https://caras.uol.com.br/fashion/relembre-os-figurinos-mais-lindos-e-encantadores-das-personagens-da-1-fase-de-velho-chico.phtml>

CHATAIGNIER, Gilda. **História da Moda no Brasil.** 1ª edição, São Paulo, 2010.

CINE Grandiose. **Roman.** Cine grandiose, não datado. Disponível em: <https://cinegrandiose.com/wp-content/uploads/Roman-1.png>

CINEMATOGRAPHIC. **Audrey Hepburn Memorial.** Cinematographic Blog, 20 jan. 2013. Disponível em: <https://cinematographicblog.wordpress.com/2013/01/20/audrey-hepburn-memorial/>

CONCEIÇÃO, Marina de Figueiredo; MORI, Mariana Miano. **A IMPORTÂNCIA DA CASA CANADÁ NA HISTÓRIA DA ALTA COSTURA BRASILEIRA.** 11º Colóquio de Moda – 8ª Edição Internacional e 2º Congresso Brasileiro de Iniciação Científica em Design de Moda, 2015.

DISTINCTIVELY. **Can I wear Cigarette Trousers?** Distinctively Me Blog (não datado). Disponível em: <https://www.distinctivelyme.com/blog/blog-post/can-i-wear-cigarette-trousers-/>

DUARTE, Raquel. **5 Motivos para assistir à série Coisa Mais Linda.** Moving Girls, 26 jun. 2020. Disponível em: <https://movinggirls.com.br/blog/5-motivos-para-assistir-a-serie-coisa-mais-linda/>.

ECOCLEAN. **Produtos de Limpeza**. Ecoclean Descartáveis, 2019. Disponível em: <http://www.ecocleandescartaveis.com.br/produtos-de-limpeza.html>.

ELLE DECOR. McDonalds revoluziona i suoi packaging, così illustrazioni e colori nuovi uncorniciano i cibi fast. Redazione Digital. **Elle Decor**, 17 fev. 2021. Disponível em: <https://www.elledecor.com/it/lifestyle/a35518959/mcdonalds-nuovo-packaging/>

ENCICLOPEDIA ITAU CULTURAL. **Maysa**. Por Editores da Enciclopédia Itaú Cultural, 11 mai. 2021. Disponível em: <http://enciclopedia.itaucultural.org.br/pessoa359580/maysa>

ESTADÃO. **Cinderela – Desenho**. Cultura – Cinema. Estadão, 01 nov. 2016. Disponível em: <https://cultura.estadao.com.br/fotos/cinema,cinderela-desenho,654907>

FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; BASTOS, Dorinho. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. 5ª edição. São Paula: Editora Edgard Blucher, 2006.

FASHIONMOMMY'S Blog. Diamonds – **No Longer A Girls Best Friend?** Fashion Mommy Press, 12 set. 2018. Disponível em: <https://www.fashion-mommy.com/diamonds-no-longer-a-girls-best-friend/>.

FELLER, Madison. **The 44 Most Glamorous Photos of Audrey Hepburn**. Cosmopolitan, 9 ago. 2016. Disponível em: <https://www.cosmopolitan.com/entertainment/celebs/g5996/audrey-hepburn-glamorous-photos/>

FERNANDES, Fernanda. **Dona Ivone Lara: a trajetória da Dama do Samba**. Multirio, 13 abr. 2021. Disponível em: <http://www.multirio.rj.gov.br/index.php/leia/reportagens-artigos/reportagens/17170-dona-ivone-lara-a-trajet%C3%B3ria-da-dama-do-samba>.

FORATO, Thiago. **Há 65 anos, Hebe empoderava mulheres e ganhava fama como apresentador de TV**. Memórias da Telinha. Na Telinha Uoul, 07 mar. 2020. Disponível em: <https://natelinha.uol.com.br/televisao/2020/03/07/ha-65-anos-hebe-empoderava-mulheres-e-ganhava-fama-como-apresentadora-de-tv-141855.php>.

FREEMONT, Lisa. **Vintage Style at Work**. The Lisa Freemont Pages, 13 jul. 2010. Disponível em: <http://lisafremontpages.blogspot.com/2010/07/>

GHANEM, Khaoula. **15 Short Haircuts that will make you want to call your hairdresser**. Vogue, 1 mai. 2017. Disponível em: <https://en.vogue.me/beauty/15-best-short-hair-cuts/>

GONZALEZ, Andrea. **Em Imágenes: la revolución de la moda de 1950**. Culturizando.com, 08 jan. 2020. Disponível em: <https://culturizando.com/en-imagenes-la-revolucion-de-la-moda-de-1950/>

HELLER, Eva. **A psicologia das cores: Como as cores afetam a emoção e a razão**. Espanha: Editorial Gustavo Gili, 2014.

HESS, Francieli. **O que é o New Look? História, característica e imagens originais da década**. Fashion Bubbles, 27 jan. 2021. Disponível em: <https://www.fashionbubbles.com/historia-da-moda/o-que-e-new-look-caracteristicas-historia/>

HEYMANN, Gisela. Irmãos Lumière. Luzes, camera, ação. **Super Interessante**, 30 nov. 1991. Disponível em: <https://super.abril.com.br/tecnologia/irmaos-lumiere-luzes-camera-acao/>

ITAU CULTURAL. **Força Feminina**. Ocupação Dona Ivone Lara, não datado. Disponível em: <https://www.itaucultural.org.br/ocupacao/dona-ivone-lara/forca-do-feminino/>

JANA, Rosalind. **13 Items That Defined Audrey Hepburn's Wardrobe**. Vogue UK, 4 mai. 2021. Disponível em: <https://www.vogue.co.uk/gallery/audrey-hepburn-style-file>

JOVEM PAN. **100 anos do samba – Especial LaRegina**. Arquivo Jovem Pan, 25 nov. 2016. Disponível em: <https://jovempan.com.br/arquivo/100-anos-do-samba-especial-laregina.html>

LEAL, Plínio Marcos Volponi. **Um olhar histórico na formação e sedimentação da TV no Brasil**. VII Encontro Nacional de História da Mídia, ago. 2009.

LEITE, Duda. **7 fatos que você precisa saber antes de assistir “Coisa Mais Linda”, a nova série brasileira da Netflix**. Cultura. Vogue Brasil, 21 mar. 2019. Disponível em: <https://vogue.globo.com/lifestyle/cultura/noticia/2019/03/7-fatos-que-voce-precisa-saber-antes-de-assistir-coisa-mais-linda-nova-serie-brasileira-da-netflix.html>.

LINS, Flávio. Uma aventura chamada Tupi: os primeiros anos da tv brasileira. **Rumores**, n. 13, v. 7, 2013.

MACEDO, Matheus. **O Auto da Compadecida: uma obra atemporal**. Cinema Nacional. Cinemação, 25 mar. 2020. Disponível em: <https://cinemacao.com/2020/03/25/o-auto-da-compadecida-uma-obra-atemporal/>

MANUAL MSD. **Estrutura e função dos olhos**. Versão Saúde para a Família. Manual MSD, não datado. Disponível em: <https://www.msmanuals.com/pt/casa/dist%C3%BArbios-oftalmol%C3%B3gicos/biologia-dos-olhos/estrutura-e-fun%C3%A7%C3%A3o-dos-olhos>.

MARCKEZINI, Fabio. Hebe brilhou no SBT, mas teve muitas brigas com Silvio Santos. Tv História, 4 mar. 2021. Disponível em: <https://tvhistoria.com.br/hebe-brilhou-no-sbt-mas-teve-muitas-brigas-com-silvio-santos/>

MARISA. 300 dicas dos anos 50. Pinterest Espanha, não datado. Disponível: <https://www.pinterest.es/marisa8lopez/a%C3%B1os-50/>

MATTOS, D. J. L. **O espetáculo da cultura paulista – Teatro e TV em São Paulo: 1940-1950**. São Paulo: Códex, 2002.

MEDEIROS, Raquel. **Garotas do Alceu ilustram a moda nacional**. Costurando Ideias, 27 ago. 2012. Disponível em: <http://www.nasentrelinhas.com.br/noticias/costurando-ideias/307/as-garotas-do-alceu-ilustram-a-moda-nacional/>

MELLEPARIS. **L'élégance a la Audrey Hepburn**. Melleparis, 06 jul. 2007. Disponível em: <https://melleparis.skyrock.com/371159485-l-elegance-a-la-audrey-hepburn.html>

MENEZES, Estera. **Metodologia de Pesquisa e Elaboração de Dissertação**. Florianópolis: UFSJ, 4a edição, 2005. [mesmo-tempo-e-possivel-e-inspirador/>](#) Acesso em 17 jun. 2021.

MORAES, Lucas. Biscoito Trakinas volta a ser vendido em Pernambuco. Negócios. Jc Jornal Digital, 29 out. 2020. Disponível em: <https://jc.ne10.uol.com.br/economia/2020/10/11991387-biscoito-trakinas-volta-a-ser-vendido-em-pernambuco.html>.

MOREIRA, Isabela. Coisa mais linda nova série da Netflix mostra o poder da sororidade. Revista Galileu, 22 mar. 2019. Disponível em: <https://revistagalileu.globo.com/Cultura/noticia/2019/03/coisa-mais-linda-nova-serie-da-netflix-mostra-o-poder-da-sororidade.html>

MORITA, Julia Harumi. **6 Motivos para ver Coisa Mais Linda, série brasileira da Netflix**. Rolling Stone, 27 jun. 2020. Disponível em: <https://rollingstone.uol.com.br/noticia/6-motivos-para-ver-coisa-mais-linda-serie-brasileira-da-netflix/>

MUHERHOY. Peinados Pelicula para el día a día. Belleza. Mujerhoy, não datado. Disponível em: <https://www.mujerhoy.com/belleza/pelo/201710/21/peinados-pelicula-para-401080936434-ga.html>

NEAL, Genevive. Style Icon. Brigitte Bardot. Bees and Bubbles Blog, 29 jan. 2021

NOCE, Dani. **Brigitte Bardot: sexy e confortável ao mesmo tempo é possível e inspirador**. Dani Noce. Moda, não datado. Disponível em: <https://www.daninoce.com.br/moda/brigitte-bardot-sexy-e-confortavel-ao->

O GLOBO, Acervo. Brigitte Bardot. Acervo O Globo, não datado. Disponível em: <https://acervo.oglobo.globo.com/incoming/brigitte-bardot-23969314>

OVER Blog. Sublime Marilyn. Glamour. Marilyn Monroe Over Blog, 16 jun. 2017. Disponível em: <http://marilyn-monroe.over-blog.com/tag/sensuelle/64>

NETFLIX. **Série Coisa Mais Linda**. Temporadas 1 e 2 (2019 e 2020). Disponível em: Netflix.com

PACCE, Lilian. **Dener, uma vida de luxo**. Prazeres. Lilian Pacce Blog, 07 dez. 1998. Disponível em: <https://www.lilianpacce.com.br/e-mais/dener-uma-vida-de-luxo/>

PADILHA, Ariane. **Classificação das Cores**. Ariane Padilha Wordpress, 12 abr. 2009. Disponível em: <https://arianepadilha.wordpress.com/2009/12/04/classificacao-das-cores/>

PENNA, G. O. **Vamos Garotas!: Alceu Penna, moda, corpo e emancipação feminina. (1938-1957)**. Dissertação (Mestrado em Moda, Cultura e Arte)– Centro Universitário Senac, São Paulo, 2007.

PINCELLI, Carlos Ricardo. **Lavoisier, Antoine Laurent (1743-1794)**. Fem Unicamp, não datado. Disponível em: <http://www.fem.unicamp.br/~em313/paginas/person/lavoisie.htm>

PINIMG. **Discurso Malu sobre relacionamento abusivo**. Pinimg, 2020. Disponível em: <https://i.pinimg.com/564x/a2/b2/d8/a2b2d87753b7b9f314800cee8558374f.jpg>

PINSKY, Carla Bassanezi. **Mulheres dos anos dourados**. São Paulo: Editora Contexto, 2014.

PITTA, Denise. **Moda Anos 40 e a Identidade Brasileira na Moda**. Fashion Bubbles, 08 ago. 2021. Disponível em: <https://www.fashionbubbles.com/historia-da-moda/identidade-brasileira-na-moda-anos-40/>.

PITTA, Denise. **Moda Anos 40 e a Identidade Brasileira na Moda**. Fashion Bubbles, 08 ago. 2021. Disponível em: <https://www.fashionbubbles.com/historia-da-moda/identidade-brasileira-na-moda-anos-40/>.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do Trabalho Científico: Método e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. Brasil: Universidade Feevale, 2013.

QUORA. **Which decade in the past century had the best fashion style?** Quora, 2020. Disponível em: <https://www.quora.com/Which-decade-in-the-past-century-had-the-best-fashion-style>
QVmPzZgwkqfMMGtldN3g12vr9R1q1e7GZHIdDReiXafQk/

RARE Audrey Hepburn. **Audrey Hepburn photographed by Mark Shaw on the set of Sabrina**, Long Island, New York, 1953. Post Blog Rare Audrey Hepburn,

9 set. 2018. Disponível em: <https://rareaudreyhepburn.com/post/177914834374/audrey-hepburn-photographed-by-mark-shaw-on-the>.

RONAN, Arley. **McDonald's Análise Visual**. Design pra valer, 2020. Disponível em: <https://designpravalder.com/mcdonalds-analise-visual/>

ROSA, Natalie. **Coisa Mais Linda busca emancipação das mulheres em 2ª temporada**. Crítica. Canaltech, 26 jun. 2020. Disponível em: <https://canaltech.com.br/entretenimento/critica-coisa-mais-linda-temporada-2-netflix-166967/>

SANTANA, Paula. **Memórias da cidade: a imortal elegância de Sarah Kubitschek**. GPS Lifetime, 17 nov. 2021. Disponível em: <https://gpslifetime.com.br/conteudo/cotidiano/paula-santana/71/memorias-da-cidade-a-imortal-elegancia-de-sarah-kubitschek>

SCHUMAHER, Schuma; BRAZIL, Érico Vital. **Dicionário Mulheres do Brasil: de 1500 até a atualidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

SEIXAS, Cristina. **Casa Canadá: a questão da cópia e da interpretação na produção de moda na década de 1950**. Rio de Janeiro: Cassará Editora, 2015.

SENADO. Brasília 60 anos: a festa de inauguração. Senado Notícias, 2014. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/infomaterias/2020/05/brasil-60-anos-2014-a-festa-de-inauguracao>

SOUZA, Jaiane. **Entenda por que Dona Ivone Lara é fundamental na história do samba**. Culturadoria, 26 fev. 2020. Disponível em: <https://culturadoria.com.br/entenda-por-que-dona-ivone-lara-e-fundamental-na-historia-do-samba/>

STAMATO, Ana Beatriz Taube; STAFFA, Gabriela; VON ZEIDLER, Júlia Piccolo. A Influência das Cores na Construção Audiovisual. **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**. XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, São Paulo, 03 a 05 jul. 2013.

SUGHUERA, Campo Alla. Buy Balenciaga 195s fashion. Campo Alla Sughera, não datado. Disponível em: <http://enstock4u.top/products.aspx?cname=balenciaga+1950s+fashion&cid=33>

TV PRESS. **Larissa Nunes ganha mais espaço em 'Coisa Mais Linda'**. Netflix. O Liberal, 20 jun. 2020. Disponível em: <https://liberal.com.br/cultura/larissa-nunes-ganha-mais-espaco-de-coisa-mais-linda-1237304/>.

VEEN, Arancha van der. **In de stijl van Marilyn Monroe**. Follow Fashion, 22 jul. 2014. Disponível em: <https://followfashion.nl/de-stijl-van-marilyn-monroe>

VENTURA, Magda Maria. **O Estudo de Caso como Modalidade de Pesquisa**. Pedagogia Médica. Revista SOCERJ, 2007.

VICTORIA AND ALBERT MUSEUM. **Skirt Suit Cristóbal Balenciaga**. V&A Explore The Collection. Jacket and skirt suit by Cristóbal Balenciaga made in Paris, 1954. Victoria and Albert Museum, não datado. Disponível em: <https://www.pinterest.es/pin/AWHVnNDc3->

VÍDEO SHOW. **Quem vai ficar com Dona Picunha?** Descubra hoje, em Doce de Mãe. GSHOW, 27 dez. 2012. Disponível em: <http://gshow.globo.com/programas/video-show/Especiais/Doce-de-Mae/noticia/2012/12/quem-vai-ficar-com-dona-picucha-descubra-hoje-em-doce-de-mae.html>

VINCENT, Alice E. **Marilyn Monroe Exhibition Charts Relationship with Bruno Bernard**, The Photographer who discovered her. The Huffington Post UK. 31 jul. 2012. Disponível em: <https://bdcburma.wordpress.com/2012/08/01/1-august-2012-2049/>

VINTAGE FASHION. **When we were fab: Vintage Fashion 1950 – 1960**. Did You Know? Vintage Lifestyle. Vintage Unscripted, 12 jan. 2019. Disponível em: <https://vintageunscripted.com/2019/12/01/when-we-were-fab-vintage-fashion-1950-1960/>

VINTAGE, Lady Beauty. **Esther Williams**. Lady Beauty Vintage, 18 ago. 2016. Disponível em: http://atricidelpassato.blogspot.com/2016/08/esther-williams_18.html

VINTAGE. **Poster Plaza**. Não datado. Disponível em: <https://vintageposterplaza.com/collections/celebrity-photographs/products/jane-russell-and-marilyn-monroe-8x10-photograph?variant=48951771087>

VOGUE. **Dress the Part: Audrey Hepburn**. Fashion. Vogue, 5 mai. 2012. Disponível em: <https://www.vogue.com/article/dress-the-part-audrey-hepburn>

WARKEN, Júlia. **Elza Soares: os 90 anos de um dos maiores ícones da nossa música**. Revista Claudia, 23 jun. 2020. Disponível em: <https://claudia.abril.com.br/famosos/elza-soares-voce-precisa-conhecer-a-historia-dessa-guerreira/>

WIKIPÉDIA. **Carmen Miranda: a Embaixatriz do samba**. Wikipédia, não datado. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Carmen_Miranda:_A_Embaixatriz_do_Samba

WP CONTENT. **Ivone Lara enfermeira**. Wp Content, não datado. Disponível em: http://157.86.193.160/wp-content/uploads/2018/04/Ivone_Lara_enfermeira.jpg

XEXÉO, Artur. **Hebe: a biografia**. Rio de Janeiro: Best Seller, 2017.

ZANOTTI. **Surgimento do sutiã com almofada em 1950.** Zanotti Blog, fev. 2017. Disponível em: <https://zanotti.com.br/blog/wp-content/uploads/2017/02/Surgimento-do-suti%C3%A3-com-almofada-em-1950.jpg>

ZEKATRACA. **Morre Dona Ivone Lara A 1ª Dama do Samba.** Gente de Opinião, 17 abr. 2018. Disponível em: <https://www.gentedeopinioao.com.br/colunista/silvio-santos/morre-dona-ivone-lara-a-1a-dama-do-samba-por-zekatraca>