



Centro Universitário de Brasília – Uniceub
Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas – FASA
Curso: Comunicação Social
Habilitação: Jornalismo

ARIANA DA CONCEIÇÃO DANTAS
RA: 2026388/3

**“OS PÁSSAROS” DE HITCHCOCK: CONSIDERAÇÕES ACERCA
DAS RELAÇÕES ENTRE SEXUALIDADE FEMININA E
VESTIMENTAS**

BRASÍLIA
JUNHO, 2006



Centro Universitário de Brasília – Uniceub
Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas – FASA
Curso: Comunicação Social
Habilitação: Jornalismo

ARIANA DA CONCEIÇÃO DANTAS
RA: 2026388/3

**“OS PÁSSAROS” DE HITCHCOCK: CONSIDERAÇÕES ACERCA
DAS RELAÇÕES ENTRE SEXUALIDADE FEMININA E
VESTIMENTAS**

Trabalho de conclusão de curso apresentada ao Centro Universitário de Brasília, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo.

Orientador: Profº. MsC. Marco Antônio Ramos Vieira.

BRASÍLIA
JUNHO, 2006

ARIANA DA CONCEIÇÃO DANTAS

“OS PÁSSAROS” DE HITCHCOCK: CONSIDERAÇÕES ACERCA DAS
RELAÇÕES ENTRE SEXUALIDADE FEMININA E VESTIMENTAS

Trabalho de conclusão de curso
apresentada ao Centro Universitário de
Brasília, como requisito parcial para
obtenção do título de Bacharel em
Comunicação Social com habilitação em
Jornalismo.

Orientador: Profº. MsC. Marco Antônio
Ramos Vieira.

BRASÍLIA, 02 DE JUNHO DE 2006.

BANCA EXAMINADORA

Prof. MsC. Marco Antônio Ramos Vieira
Orientador

Profª. Dr. Caroline Cavalcanti
Examinador

Profª. MsC. Amalia Pérez-Nebra
Examinador

Pintor de Mulher

*“Este pintor...
sabe o corpo feminino e seus possíveis
de linha e de volume reinventados.
Sabe a melodia do corpo, de A ao infinito
dos signos e das curvas
que dão vontade de morrer
de santo orgasmo e de beleza”.*

CARLOS DRUMMOND DE ANDRADE

RESUMO

Neste trabalho são tratados temas relacionados à Moda e à sexualidade feminina. O objeto principal do estudo é a análise das imagens da feminilidade na obra do diretor de cinema Alfred Hitchcock. Considerando que para um melhor entendimento desta tese fez-se necessária também uma pequena investigação a respeito de toda a História da Moda do século XX, pois acredita-se que Moda não é apenas o ato de vestir-se, mas também uma forma de comunicação. Com base nisto, mostrar-se-á como a roupa feminina pode contribuir para uma mudança de comportamento da sociedade, principalmente quando utilizada por estrelas de cinema. Em Alfred Hitchcock há uma aproximação entre a mulher e o mistério. Eis o que se tenta desvendar aqui: as tramas nas quais a mulher e suas formas de aparição – as vestimentas e acessórios – são tecidas na tela de Hitchcock e que ligações poderia haver entre estas aparições e a sexualidade feminina. Uma análise que costura, portanto, imagem a sexo.

Palavras-chaves:

Sexualidade Feminina, Vestimentas, Hitchcock.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - *Mesdemoiselles Mollien*. Goorges Rouget, 1811. Musée du Louvre, Paris. p. 11.

Figura 2 - *Vestido Bas-Relief*. Madeleine Vionnet, 1931. p. 15.

Figura 3 - *Théâtre de la Mode*, 1945. Paris: Museu das Artes Decorativas. p. 16.

Figura 4 - *Tailleur Bar*. Christian Dior, 1947. p. 18.

Figura 5 - Helmut Newton, *Fotografia de Moda*, coleção de Yves Saint Laurent, 1975. p. 20.

Figura 6 - Twiggy. *Vestido transparente*, 1966. p. 21.

Figura 7 - Madonna, *Like a Virgin*. Jean-Paul Gaultier, 1984. p. 24.

Figura 8 - Melaine Daniels, personagem de Tippi Hedren em *Os Pássaros*, 1963. p. 34.

Figura 9 - *Cena da cama*. Anthony Perkins e Janet Leigh. *Psicose*, 1960. p. 35.

Figura 10 - Janet Leigh. *Psicose*, 1960. p. 36.

Figura 11 - Grace Kelly. *Janela Indiscreta*, 1954. p. 38.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	7
2 HISTÓRIA DA MODA.....	10
3 ROUPA E SEXUALIDADE	27
4 SEXUALIDADE FEMININA PELO OLHAR DE ALFRED HITCHCOCK	31
5 CONCLUSÃO.....	41
REFERÊNCIAS.....	43

1 INTRODUÇÃO

Vestir é um ato de diferenciação, é essencialmente um ato de significação.
MARY DEL PRIORI

Desde os primórdios, o ser humano cobriu o corpo por uma questão de necessidade, seja ela por pudor, adorno ou proteção. Esta necessidade do uso de vestimentas fez surgir este fenômeno que podemos chamar de Moda. Mas a Moda não serve apenas como uma forma de proteger o ser humano das agressões externas, como o frio e a chuva, o uso de roupas exerce também a função de identificar o pertencimento a um certo grupo. De acordo com Garcia (2005, p. 61):

Um certo dia algum homem primitivo colocou, talvez, uma ramagem de mato ou pele de animal nas costas por causa do frio ou para tentar ficar mais belo. Pronto. De forma instintiva ou consciente, fez disso uma vestimenta. A trama de um tecido de pedaços do couro, lã de ovelha ou algodão ou qualquer outro material rudimentar para cobrir partes do corpo como proteção e/ou adereço necessário para identificar um grupo, uma tribo, torna-se fator fundante para relacionar o uso da roupa como ato cultural. (GARCIA, 2005, p. 61).

A Moda é muito mais que um simples ato de vestir-se, ou de combinar isso com aquilo, ela surge no momento em que a vontade de experimentar o novo, e o gosto pelo adorno se torna mais forte que as “considerações funcionais” das roupas (LEHNERT, 2001). A moda é comportamento.

O objetivo deste trabalho é, portanto, o de analisar a relação da moda com a sexualidade feminina, pois em épocas passadas, a mulher precisou mudar suas vestes para conseguir impor respeito na sociedade. Essa mudança de comportamento das roupas femininas representa um símbolo de revolução mundial, pois a mulher se apropriou de “armas masculinas” para conquistar seu espaço no mercado de trabalho (JOFFILY, 1998).

Portanto, o que se tenta mostrar através de alguns filmes do cineasta Alfred Hitchcock é a imagem da mulher nas décadas de 1950 a 1960, e quais mudanças de comportamento trouxeram à época. Para demonstrar isto será utilizada pesquisa uma bibliográfica abordando temas como a História da Moda e a sexualidade feminina e também a análise do filme “Os Pássaros” de Hitchcock, obra sobre a qual se detém este trabalho.

Para iniciar esta tese, no primeiro capítulo vamos discorrer sobre a História da Moda para entender-se as transformações das vestes femininas e a

procura incessante das pessoas por estar na moda. É o que podemos observar na análise de Priori (2003, p. 201), ao afirmar que:

Daí a importância de conhecermos um pouco de história até para lidarmos com o equilíbrio entre novidade e autenticidade em nossas “visões de moda”. É essa sem dúvida, uma das mais belas características da moda: sua capacidade de, numa espécie de “mito do eterno retorno”, seguir jovem e desejável.

No segundo capítulo tentaremos mostrar a relação existente entre as roupas e a sexualidade. A sexualidade, aqui, e tratada como uma maneira que a moda encontrou para impor-se, utilizando-se da fantasia e do apelo erótico provocado pelas vestimentas. Já que “a roupa é objeto de indagação, provocação e questionamento. Ela transforma, dá destaque ao corpo como corpo vestimenta, nos mais variados sentidos que essa definição possa assumir” (LA BELLA, 2004, p. 417 apud GARCIA, 2005, P. 84). Então, abordaremos a relação entre o corpo, as roupas e a personagem, pois, segundo as considerações da figurinista Duncan (2001) podemos dizer que o corpo é culturalmente constituído pela sociedade, pelos valores e convenções de um grupo específico. Existe uma ligação entre o corpo de uma determinada época com as roupas referentes a esse período. Como afirma Duncan (2003, p. 212):

A roupa constrói o corpo e o corpo constrói a roupa: o corpo nu guarda a forma da roupa como se a roupa fosse uma forma, retirada, permanecesse invisível no corpo. Cada época tem o seu corpo. Assim, o corpo é o lugar de múltiplas narrativas sendo a roupa uma escrita.

O figurino do filme é uma “narrativa-chave” para a caracterização do personagem. O corpo e a roupa se unem para a construção de uma imagem. E essa imagem da personagem é um fator importante no desenvolvimento do filme. Pois a valorização da imagem da estrela produz um efeito de disfarce que corrige pequenos defeitos fazendo com que se chegue perto do ideal de beleza da época. De acordo com Duncan (2001, p. 216) “o corpo real é sempre o vetor de onde o figurino parte, seja para exaltá-lo, seja para anulá-lo simbolicamente”.

Já no terceiro capítulo descobre-se sobre a influencia da figura da mulher no cinema, utilizando como base alguns filmes das décadas de 1950 a 1960, através dos quais será feita uma analogia entre o suspense e a sedução da imagem feminina pelo olhar de Hitchcock. Com o objetivo de tentar entender como a moda exerce tanta força e durabilidade no modo de vestir-se, como a moda se relaciona com a sexualidade feminina presente e passada, e também quais contribuições

Hitchcock trouxe à modernização das vestes femininas, dado o alcance inconstante da indústria cinematográfica na sociedade contemporânea e o indiscutível talento hitchcockiano no trato das imagens, muitas das quais definem os parâmetros da escrita fílmica e saí, por definição antológica.

2 HISTÓRIA DA MODA

A moda não é mais um enfeite estético, um acessório decorativo da vida coletiva; é sua pedra angular. A moda terminou estruturalmente seu curso histórico, chegou ao topo do seu poder, conseguiu remodelar a sociedade inteira à sua imagem: era periférica, agora é hegemônica.

GILLES LIPOVESTSKY

A moda tem sua fase inicial da metade do século XVI à metade do século XIX. É neste momento em que ela mostra seus traços mais marcantes, entre os quais figuram a diferenciação social, a possibilidade na escolha de cortes e cores e o prazer em ornamentar-se. A roupa representava um papel político-social, que funcionava como um símbolo de hierarquização, de “frigidez” ou até mesmo exclusão de grupos (PRIORI, 2003).

A partir do século XVI, alguns aspectos das roupas masculinas, como corpetes, chapéus, golas, sapatos e mangas foram adotados e apresentados com uma nova ousadia sexual às roupas femininas, sem recorrer apenas às calças, que na época eram proibidas. Conforme afirma Hollander (1996, p. 63):

Tais gestos não têm como objetivo um efeito masculino real, a impressão de poder ativo; eles mostram o desejo de mostrar-se eroticamente feminina – de imitar a liberdade sexual masculina, em vez de exagerar a impressão de submissão feminina.

Nesta mesma época surgiu também uma peça de grande importância para a história da moda, o corpete, que afinava a cintura da mulher. A moda feminina ganhou um significativo compromisso de sedução, pois passou a evidenciar o colo com o decote e o afinamento da cintura com o corpete, com isso o corpo ganhava o aspecto de ângulo agudo à altura do quadril, que de acordo com João Braga (2004, p. 47), “direcionava o olhar para o órgão sexual”.

O fato de Joana d’Arc haver aparecido, na década de 1420, usando roupas e armaduras masculinas causou choque. “Seus trajes masculinos eram ainda mais ultrajantes pelo fato de suas roupas masculinas serem muito expressivas sexualmente” (HOLLANDER, 1996, p. 63). Com este ato, Joana acabou violando as rígidas regras que separavam os sexos em termos de moda naquele momento.

Até o século XIX, existiam convenções de indumentária que determinavam quem podia usar certos tipos de vestuários, procurando assim, marcar as diferenças sociais pela forma de trajar-se. As infrações contra essas

regras estabelecidas pela sociedade eram “puníveis”, sofrendo até a aplicação de penas. (LEHNERT, 2001).

A utilização de roupas masculinas por mulheres neste período em que as vestes femininas deveriam seguir as leis e regras da sociedade, causou efeitos provocativos e tornou-se um signo erótico, porque a mulher pareceu mais sexy e mais feminina. A partir do século XIX, começa a existir regras para diferenciar os trajes femininos dos masculinos. De acordo com Hollander (1996, p. 58):

Como a sexualidade individual é sempre o motor da moda, qualquer coisa eroticamente perturbadora tenderá repetidamente a emergir na superfície, em oposição a qualquer coisa que tenha sido há pouco definida para separar convencionalmente o masculino do feminino.

A moda passou por significativas mudanças após a Revolução Francesa até atingir a identidade daquela viria a ser verdadeiramente a “Moda do Império”. Os decotes deixavam cada vez mais aparentes o colo, os ombros e os braços da mulher e a cintura ficava logo abaixo do busto, como pode ser visto na imagem abaixo:



Figura 1 - *Mesdemoiselles Mollien*. Goorges Rouget, 1811. Musée du Louvre, Paris.

(BRAGA, 2004, p. 57).

A moda encontrou uma nova forma de se modificar, pois neste período houve uma melhora financeira com a Revolução Francesa, até mesmo para aqueles que não eram de uma família tradicional da época.

Surgiu então na França, em meados do século XIX, o conceito de alta-costura, criado pelo inglês Charles-Frederic Worth (1825-1895). Ele vestia toda a

prestigiada sociedade parisiense, inclusive Eugênia de Montijo, esposa de Napoleão III (BRAGA, 2004, p. 63). Além disso, foi o primeiro costureiro a criar uma *Maison*¹ e apresentar seus modelos em desfiles (MOUTINHO, 2003). Logo após, se multiplicam os costureiros, e passa a entrar na moda o prestígio dos criadores de moda.

Só partir do século XX, a moda deixa ser encarada apenas como uma “atividade frívola” e passa a ser vista pelas pessoas como um fator que tem atingido a sociedade em seus vários aspectos, principalmente com o advento das duas guerras, que obrigou os países a se desenvolver tecnologicamente, causando uma verdadeira revolução no mundo da moda e no surgimento de certas atitudes, como por exemplo o culto do corpo, que determinou mudanças radicais no modo de se vestir (MOUTINHO, 2003).

Durante o período de 1914 a 1918, aconteceu a Primeira Guerra Mundial. As mulheres passaram a assumir funções que antes eram essencialmente masculinas, devido à ausência do homem, que estava nos campos de batalha, e esse fato se reflete na moda, que tende a ajustar-se às novas necessidades. Iniciando assim a emancipação feminina, que segundo Braga (2004, p.70), era uma “necessidade durante a guerra e, depois dela, um hábito”.

No século XX, as roupas masculinas, principalmente as calças, passaram a fazer parte da indumentária feminina, o que em décadas anteriores era considerado imoral a idéia da mulher usar calças. Mas a diferença entre os sexos não deixou de existir, é o que podemos observar em Lehnert (2001, p. 9):

Os critérios daquilo que é masculino ou feminino, tanto no comportamento como no vestuário, não deixaram de vigorar. Passaram simplesmente a mudar ao sabor das diferentes modas. A moda alimenta-se da diferença entre os sexos, e é aí que vai buscar a sua energia e o seu potencial de mudança.

No período da “*Belle Époque*” do século XX, o criador Paul Poiret (1879 - 1944), conseguiu retirar os espartilhos da moda feminina. Durante a guerra, as mulheres precisavam trabalhar e não poderiam apertar tanto a cintura, uma vez que esta peça lhes impediam os movimentos.

Charles-Frederic Worth foi o primeiro a promover o sistema da alta-costura, mas Vincent-Ricard (1989, p. 56) afirma que é impossível negar que foi Paul

¹ *Maison*: refere-se ao que era chamado antes de “*Maisons de couture*”, que significa casas de alta-costura. (MOUTINHO, 2003).

Poiret (1879-1944), o sucessor de Worth, quem conseguiu alcançar os níveis mais ousados de criatividade e liberou, então o corpo da mulher da “armadura imposta no século XIX”.

Graças a esse mágico audacioso [Paul Poiret], numa única estação caem por terra 60 aos de talhes deformados por crinolinas, armações e espartilhos. Era preciso um extraordinário senso artístico, aliado a uma sensibilidade aberta a mutações da sociedade, a fim de impor uma imagem de mulher sedutora e natural, e não mais abstrata. (VINCENT-RICARD, 1989, p. 56).

Houve uma outra grande contribuição à moda feminina nesta mesma época. A partir de 1915, as saias e vestidos encurtaram até a altura das canelas, principalmente porque precisavam ocupar funções específicas no trabalho que pediam mais liberdade.

Grabrielle Coco Chanel, que trabalhava inicialmente com chapéus, em 1916, também inovou a moda com a criação dos *tailleurs* de jérsei. Mais tarde, Chanel veio a ser o nome mais importante de toda a moda do século XX. Esta estilista acreditava que as roupas femininas deveriam ser funcionais, e uma das principais características das roupas era a liberdade de movimentos. Ela criou o “*petite robe noire*” [pequeno vestido preto], como uma peça básica do vestuário, buscando sempre a elegância para a mulher moderna e independente (LEHNERT, 2001).

Com o fim da guerra, em 1918, a mulher solteira adquiriu sua emancipação e independência financeira, o que de fato contribuiu para uma verdadeira libertação da figura masculina. As atividades como trabalho, escola, diversão e esportes obrigaram, cada vez mais, uma adaptação das roupas as novas necessidades. As saias encurtaram mais, e vida independente parecia irreversível.

A chegada dos anos 1920, chamado de “Anos Loucos”, representou um período revolucionário para a moda. O funcionalismo é considerado a palavra-chave que dominou o aspecto dessa moda (BRAGA, 2004).

O cinema tornara-se um veículo de grande importância na difusão da moda. Com isso, passa a ser um objeto de desejo, que converte o vestuário em traços da personalidade e caráter do ser humano. A moda transforma-se em um veículo de comunicação visual, e torna-se um fator fundamental na indústria cultural. Como pode ser observado em Lehnert (2001, p. 18), o cinema trouxe uma nova maneira de encarar a vida:

Representava a fervilhante vida das metrópoles, com todas as suas possibilidades e todos os seus vícios, a sexualidade, entre o *boudoir* e o bordel, revelava-se cada vez mais abertamente, assim como um constante a deambular à beira do abismo, um oscilar entre libertinagem e decência, entre pobreza e riqueza, normalidade e loucura.

O cinema criou então novas formas de percepção, principalmente a figura da atriz americana Louise Brooks, que exibia a mulher deste tempo, oscilando entre a inocência e a depravação e seduzindo tantos os homens quanto as mulheres (LEHNERT, 2001).

O mundo passou por grandes crises financeiras nos anos 1930 com a queda da Bolsa de Valores de Nova York. Mas a moda neste tempo refletiu um período de grande luxo, sofisticação e esplendor. O cinema estava mais bem posicionado do que antes, e não só mostrava a moda como a criava. As grandes atrizes de Hollywood, como Greta Garbo, Marlene Dietrich, Jean Harlow, Mãe West entre outras, influenciavam no modo de se vestir da sociedade (BRAGA, 2004).

Desde 1920, o cinema passou a fabricar estrelas, com ela a “[...] forma da moda brilha com todo seu esplendor, a sedução está no ápice de sua magia”. (LIPOVETSKY, 1989, p. 213). A estrela do cinema funciona como uma figura de moda e o que a caracteriza é o charme insubstituível de sua aparência, e o *star system*² pode ser definido como uma fábrica encantada de imagens de sedução. O *star system* é responsável por fabricar a “superpersonalidade” que a *griffe* ou a imagem de marca da estrela das telas. A moda é a personalização aparente dos seres enquanto a estrela é a personalização do ator. Segundo Lipovetsky (1989, p. 215), “a estrela é o feérico da personalidade como a moda é o feérico do parecer; juntas não existem senão em razão da dupla lei da sedução e de personalização das aparências”.

O corte em viés, criado por Madeleine Vionnet (1876-1975), determinou a moda neste século. Este tipo de modelagem evidenciava mais as formas femininas com muita sensualidade. Como pode se ver na imagem abaixo, uma das criações de Vionnet, que modela o corpo da manequim realçando-as de forma artísticas, num forte contraste luminoso, que realça o jogo de sombra entre corpo e tecido (LEHNERT, 2001):

² *Star System*: Sistema promocional que compreende desde a detecção da futura estrela até o seu lançamento e consagração no mercado. É um lançamento de promoção de vedetes. Cf. BARBOSA, Gustavo e RABAÇA, Carlos Alberto. **Dicionário de Comunicação**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.



Figura 2 - *Vestido Bas-Relief*. Madeleine Vionnet, 1931. (SEELING, 2000, p. 70).

Mas acredita-se que a grande identidade da moda na década de 1930, foram as costas de fora. O “grito da moda” era exhibir as cotas, principalmente nos vestidos de festas, o que traduzia verdadeiramente uma sensualidade, diferente dos anos 1920, que evidenciava só as pernas (BRAGA, 2004).

Na segunda metade da década de 1930, a moda feminina começou a ganhar uma certa masculinização influenciada pelos uniformes dos soldados, especialmente com o fim dos anos 1930, período este marcado pelo início da Segunda Guerra Mundial, que ocorreu de 1939 a 1945, e mudou os rumos da História do Mundo.

Durante o período da guerra aconteceu a “recessão”, e como era provável, a moda não ficou de fora deste contexto. Com a masculinização das vestes femininas adotou-se o uso de duas peças tanto para o dia quanto para a noite. As saias passaram a ser mais justas e os casacos que compunham o guarda-roupa feminino da época, eram feitos de tecidos mais simples (BRAGA, 2004).

Paris neste momento estava sob a ocupação nazista e de Hitler, e tentou mudar a sede da alta-costura para Berlim e Viena, mas circunstâncias não permitiram. A alta-costura estava em baixa, já que as grandes consumidoras eram as francesas, que passavam pela recessão, e as norte-americanas, que não viajam à Europa devido à guerra.

Só com o fim do período bélico em 1945, criou-se em Paris, uma exposição chamada “*Théâtre de la Mode*”. Este evento de *marketing* divulgou novamente a moda e contribuiu para que a grande clientela feminina de alta-costura voltasse a consumir (BRAGA, 2004). A exposição era composta por um desfile de miniaturas de manequins, no qual as bonecas era feitas de arame e tinham cerca de 60 cm de altura e cabeças moldadas em gessos, como se vê na imagem abaixo:

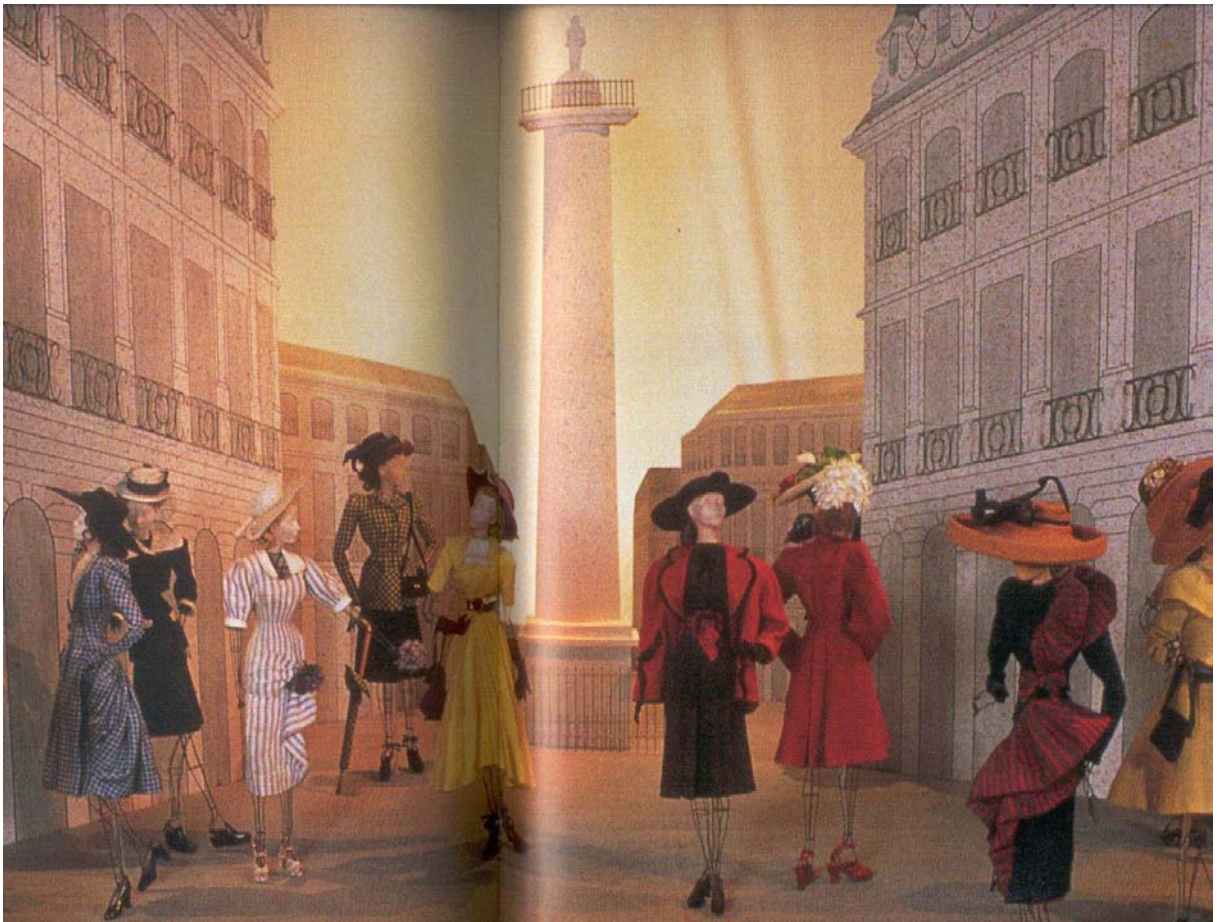


Figura 3 - *Théâtre de la Mode*, 1945. Paris: Museu das Artes Decorativas. (SEELING, 2000, p. 210).

O estilista francês, Louis Réard, em 1946, inventou uma nova roupa de banho para as mulheres, compostas de duas peças, e deu-lhe o nome de bikini, “devido ao bombardeio atômico no atol de Bikini no Oceano Pacífico”, de acordo com Braga (2004, p. 81). Esta novidade causou escândalo para a época, mas

passou a ser aceita aos poucos, se tornando realmente uma parte do vestuário só a partir dos anos 1960.

Em 1949, surgiu o termo *prêt-à-porter*³, que revolucionou a lógica da produção industrial, pois era possível a partir desta época criar roupas copiadas das Altas-Costuras, com a eficiência da produção em série, com qualidade e numeração variada de um mesmo modelo. Este período coincide com o fim da Segunda Guerra, onde o desejo da moda se expandiu no cinema estimulada pela nova cultura de massa e consumo. A nova geração que nasceu após a guerra procurou utilizar roupas diferentes, não aceitando mais a idéia que todos deveriam se trajar de acordo com os princípios da alta-costura (MOUTINHO, 2003).

A moda começou a dar uma guinada, ainda nos anos de 1930, no que se relaciona a uma identidade própria para os jovens, que se vestiam de forma própria, criando assim o conceito do que mais tarde a moda passaria a se chamar “tribo”. Os jovens se identificavam com suas ideologias através das roupas (BRAGA, 2004).

Entre os criadores deste período está o francês Christian Dior. Ele lançou em 1947 uma nova proposta de roupas femininas resgatando a feminilidade perdida durante os anos de guerra. Suas novas criações foram inspiradas nas cinturas marcadas e as saias volumosas da segunda metade do século XIX. Essa linha é chamada de *New Look*, ou seja, Novo Visual, por Carmel Snow, uma jornalista de moda da revista norte-americana *Harper's Bazaar*, que cobria os lançamentos da alta-costura em Paris.

O “Novo Visual” foi demais associado entre as mulheres que consumiam metros e metros de tecidos em suas saias. Fato que contribui para a indústria têxtil, que necessitava se reestabelecer depois da crise da guerra, e também para Dior que se impôs cada vez mais e restabeleceu a feminilidade nas vestes das mulheres (BRAGA, 2004).

A moda da década de 1950, ou “Anos Dourados”, é um período marcado por muito luxo e glamour. Paris continua ditando as regras da moda feminina e a alta-costura teve neste período grande esplendor (BRAGA, 2004).

O “Novo Visual” de Dior desencadeou o padrão estético dos anos 1950, período ao qual a cintura era bem marcada pelas saias rodadas que eram a

³ *Prêt-à-porter*: Significa “Pronto para Vestir”. Um vestuário mais informal concebido por criadores de alta-costura e designers independentes. O *prêt-à-porter* nasceu nas “boutiques” dos costureiros parisienses que organizavam apresentações de *prêt-à-porter* parecidas aos eventos das feiras industriais nos anos 30. (LEHNERT, 2001, p. 114).

sensação do momento. A cintura costumava ser tão marcada que as mulheres utilizavam uma cinta para conseguir ficar com a denominada “cintura de vespa”. Para complementar o *look*, os sapatos eram os *scarpins* de salto alto e bico fino, os chapéus tiveram as abas aumentadas e uso de bijuterias imitando jóias se tornaram hábitos. As mulheres tinham o costume de forrar os sapatos com o mesmo tecido do vestido ou orná-los com bordados. As luvas também foram de grande importância na moda feminina, até mesmo para o uso durante o dia. Como se pode observar nesta criação de Dior, na qual a cintura é muito marcada:



Figura 4 - Tailleur Bar. Christian Dior, 1947. (SEELING, 2000, p. 260).

O uso de sutiãs aerodinâmicos de armações reforçadas dava mais volume e valorizavam muito o busto esteticamente. Em 1952, criou-se um novo modelo de sutiã feito com almofadas finas para aumentar os seios pequenos e os quadris se transformavam no foco erótico (LIMA, 2003, P. 54).

O estilo das roupas femininas da década de 1950 era mais ligado a mulher que tinha uma vida familiar, mais caseira no pós-guerra, mas ainda assim as

roupas possuíam requinte. Neste período, até mesmo a televisão começou a influenciar a moda. Pois as atrizes eram muito copiadas. Os jovens norte-americanos buscavam uma identidade própria para a sua moda, associando a determinados comportamentos. Os cardigãs de malha, as saias rodadas, os sapatos baixos com meias soquetes e rabos de cavalo, compunham a linha *college* utilizada pelas jovens, assim como as calças compridas cigarretes, justas e curtas à altura das canelas usadas com sapatilhas que foram muito populares. A idéia de moda era o despojamento, que favoreceu muito a indústria do “*prêt-a-porter*”, que era cada vez mais significativa por causa da influencia norte-americana.

O início dos anos de 1960 foi marcado por várias mudanças, e como conseqüência, adaptações também. A juventude se manifestou e se impôs, fato este que marcou estes anos. Além disso, simbolizou um período de conquista espacial. Os astronautas soviéticos voaram para o espaço e no fim da década, astronautas estadunidenses pisaram na lua. “O mundo espantou-se e encantou-se. Parecia que o futuro era ali e naquele exato momento” (BRAGA, 2004, p. 60). A Guerra do Vietnã já aparecerá, assim como os conflitos raciais nos Estados Unidos que também fizera história. Rebeliões estudantis aconteciam em todo o mundo. Esses acontecimentos, além de outros, influenciaram de fato a moda deste período importante na História do século XX. Assim como jeans, que foi uma das peças de grande afirmação jovem, não só nos modelos tradicionais, mas também os novos.

Grandes estilistas influenciaram nestes anos, como André Courrèges, Pierre Cardin, Yves Saint-Laurent e Paco Rabanne. O “*prêt-à-porter*” já estava consolidado e a indústria da moda, muito bem-estabelecida. Existia uma busca “frenética” pelas novidades e quando se lançava uma idéia era aceita rapidamente. As boutiques tanto da Europa, quanto dos Estados Unidos, estavam difundindo e democratizando as coleções de estilistas, tornando-as mais acessíveis financeiramente (BRAGA, 2004).

Um dos estilistas mais importantes desta época foi André Courrèges, que inventou os minivestidos e minissaias, dando à moda um aspecto de dinamismo e modernidade, que era exigido da época. As minissaias deixavam a mostra às pernas da mulher, tornando-as mais atraentes aos olhos masculinos.

Pierre Cardin também teve sua contribuição, criando *looks*⁴ com inspiração em aspectos do futuro, como macacão de malha, calça mais justas e o uso do zíper. Yves Saint-Laurent abriu sua própria *Maison* e inovou com a criação de tubinhos com desenhos do pintor Mondrian, e no fim da década, lançou para as mulheres a calça comprida e paletó.



Figura 5 - Helmut Newton, *Fotografia de Moda*, coleção de Yves Saint Laurent, 1975.
(HOLLANDER, 1996, p. 220).

Hollander (1996), cita que a ambigüidade sexual e o risco erótico da fotografia acima tornou-se um tema dominante na fotografia de moda, na qual a imagem das duas mulheres na rua noturna “ameaçadora” apresentam formas diferentes de exposição sexual. A fotografia de Helmut Newton demonstra que o terno tem um certo erotismo sugestivo, o que nos leva a concordar com Hollander (1996, p. 221) quando diz: “uma vestindo sua nudez com chapéu e saltos altos, a outra um terno articulado que sugere a nudez masculina subjacente. O casal parece combinar bem; mas o fotógrafo indica que o terno é a escolha mais sexy”.

⁴ *Looks*: o termo “*look*” se refere a um ato de fazer escolhas com o objetivo de alterar sua exterioridade em vários *pareceres*. Este empregado aqui como contraditório ao termo *ser*. Esse *parecer*, ou *aparência*, evolui para uma definição mais corrente do que vem a constituir o que chamamos de “*look*”. Cf. GARCIA, Carol e MIRANDA, Ana Paula de. **Moda é Comunicação: experiências, memórias e vínculos**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005.

O outro estilista da época, Paco Rabanne, chamado por Chanel de “o metalúrgico”, chegou a ser o mais inusitado ao trocar o tecido, a linha e a agulha por placas de metal, arame e alicate. A idéia de futuro foi um aspecto geral das criações deste período (BRAGA, 2004).

A moda feminina dos anos 1960 era de características ingênuas em que Twiggy, a primeira top model do mundo, possuía a aparência de uma menina, magérrima, com cabelos curtos e olhos bem maquiados no aspecto de “olho de boneca” com rímel e cílios postiços. Como na imagem abaixo, que Twiggy está usando um vestido feito de plástico e totalmente transparente:



Figura 6 - Twiggy. *Vestido transparente*, 1966. (LEHNERT, 2001, p. 57).

Neste período a sensação era a imagem da mulher-menina, aparentemente ingênua, que segundo Lehnert (2001, p. 56), “olha o mundo com os seus grandes olhos de criança” e que vem ocupar o lugar que antes era da senhora elegante. Portanto, o lema deste período era ser jovem e sexy a qualquer preço.

O “visual de contestação” utilizado pelos jovens manifestou-se popularmente na maneira de se vestir, adotando até um aspecto mais pobre, especialmente dos estudantes. A ordem da época era a “rebeldia”. Os jovens se

rebelavam contra a vida de seus pais, usando roupas inusitadas para contestá-los ou agredi-los. Os hippies se diferenciavam por suas roupas desleixadas, com detalhes artesanais, *patchwork*, bordados, bijuterias populares e saias longas de crepe indiano para as mulheres. Cabelos longos e despenteados usados por mulheres e homens (BRAGA, 2004). Surgiu então, na metade dos anos 1960, a moda unissex. As roupas eram usadas tanto por mulheres quanto por homens. O que resultou na idéia de uniformização da moda para ambos os sexos.

Os jovens contestavam a participação dos Estados Unidos na Guerra do Vietnã, e muito contribuíram para a moda deste período. Em 1968, os jovens, organizavam passeatas em protesto contra a guerra, criando *slogans* como “*Flower Power*” [Poder da Flor], “*Peace and Love*” [Paz e Amor] e o mais importante “*Make Love Not War*” [Faça Amor, Não Faça Guerra]. Assim, os jovens foram firmando seus conceitos e suas modas.

Por volta de 1969, aconteceu um grande *show* de música pop em Nova York, o *Woods tock*, onde todos acompanhavam com muita liberdade as músicas de Jimi Hendrix, Janes Joplin entre outros. O *show* ocorreu em uma tarde chuvosa e teve um público maior do que o esperado. Esse evento teve uma grande popularização e difusão dos conceitos *hippies* para os jovens de todo o mundo (BRAGA, 2004).

A moda norte-americana delineava toda uma atitude para modos e modas do início dos anos de 1970, que começou trazendo toda essa referencia *hippie* que começou na segunda metade dos anos 1960. As características desses jovens continuavam em alta. Os negros usavam o penteado *black-power*, bem difundido pela negra norte-americana Angela Davis, a partir de 1971, em protesto contra o racismo nos Estados Unidos.

A moda, como sempre, havia se diversificado bastante, e várias opções de estilos foram se tornando referencias de moda. Neste momento fez-se presente na moda o “revivalismo”, que buscava inspirações no passado, mas tudo com um estilo novo. Uma dessas correntes se fez com as propostas do *New Romantic* [Novo Romantismo], que privilegiava as estampas florais, acabamentos de rendas, chapéus de palha e outros acessórios com ares românticos. Paradoxalmente a tendência romântica, prevalecia também o estilo da mulher que queria se firmar independente e trabalhadora, usando ternos ou saias com casacos, demonstrando uma masculinização do visual, o que dava a mulher um ar de mais sexy e de poder.

Mas, acredita-se que o vestuário mais usado foram as calças *jeans*, que variavam de boca-de-sino no início do decênio, até cortes mais tradicionais. Um casal de estilistas franceses, Marithé (nascida em 1942) e François Girbaud (nascido em 1945) foram especialistas em jeans neste período, tanto nas formas quanto nos acabamentos.

Um acontecimento muito grave neste decênio chegou a influenciar também na moda, nos anos de 1970. A crise do petróleo, que já atingia o mundo inteiro e afetou principalmente na produção dos tecidos sintéticos, que dependiam do petróleo como matéria-prima (BRAGA, 2004).

Uma nova proposta associada aos grupos musicais surgiu para a moda jovem, neste momento o que estava em alta era o *glamour*. Logo depois apareceu o movimento *glam*, chamado também de *glitter*. A moda era influenciada pelos líderes musicais do movimento *glam rock*, como por exemplo Bryan Ferry and Roxy Music, David Bowie, Rod Stewart, Marc Bolan e Elton John. Além do visual com muito brilho, a bota de cano e o salto plataforma foram uma das maiores identidades dessa moda (BRAGA, 2004).

Por volta de 1974 a 1975, surgiu em Londres, um movimento de jovens estudantes desempregados com o lema *No Future* [Nenhum Futuro], com o qual queriam agredir e denunciar a sociedade através de suas vestes. Este movimento é chamado de *punks*, e o estilo adotado por eles era de roupas rasgadas, jaquetas de couro preto, botas surradas e muitos detalhes de material metálicos como rebites, tachas e correntes.

A estilista já renomada, Vivienne Westwood, acabou intelectualizando o movimento e conquistou um crescente número de adeptos com suas novas criações para esses jovens contestadores. Vivienne Westwood é considerada na moda a “mãe dos punks”, segundo Braga (2004, p. 93), “e ainda hoje é uma das estilistas de maior prestígio mundial”. O *look* de Madonna, criado por Vivienne, é uma representação do movimento *punk*, como se vê na imagem abaixo, onde ela está vestida com roupa de couro e botas de cano alto:



Figura 7 - Madonna, *Like a Virgin*. Jean-Paul Gaultier, 1984. Disponível em: <<http://revistaquem.globo.com/Quem/0,6993,EQG1076756-3428,00.html>>. Acesso em: 16 maio 2006.

No fim dessa década surgiu uma outra proposta que criava uma diferenciação social por meio das roupas. O conceito de “*griffe*”, que significa “garra”, trouxe a idéia ao criador da moda de deixar a sua garra, ou seja, a sua *marca*. Os grandes estilistas aderiram a essa nova idéia de uma produzir uma moda mais acessível, mas com estilo e assinadas, exibindo assim a marca dos grandes nomes da moda.

Então entrou em vigor a moda dos anos de 1980, que estava ligada à febre das discotecas, em que prevalecia o brilho e as roupas práticas para dançar, além do uso de cores bem vivas. A identidade da moda nesta década era a pluralidade das opções, isso deu a idéia de que não havia uma única moda verdadeira, mas diversas realidades, caminhos e possibilidades de criação.

O conceito de “tribos de moda” era uma das características mais marcantes. Cada tribo mantinha-se fiel ao seu estilo, sem que existisse alguma ligação entre elas. A “fidelidade ao seu estilo” era a condição indispensável de pertencimento a um determinado grupo. A palavra de ordem da moda foi o “individualismo”, como símbolo de pertencimento a um grupo específico ou como um modo pessoal de vestir, criando assim uma maneira própria de vestir dentro de um estilo (BRAGA, 2004).

A cor preta também representou um símbolo desta época, aderida tanto pelos *punks*, como por outros movimentos, e também pela praticidade em não

apresentar sujeira, sem contar com o caráter de que o preto tem de emagrecer as pessoas.

O preto é o início de tudo, o ponto de partida, a silhueta, o recipiente – e depois o conteúdo. Sem as suas sombras, o seu relevo e a sua proteção, parecer-me-ia que as outras cores não existem. O preto é ao mesmo tempo todas cores. É volúvel, cambiante, nunca é o mesmo. [...] Numa pequena mancha preta, há densidade, prazer, um mundo inteiro. (LACROIX apud SEELING, p. 120-121).

Os *yuppies* (*Young Urban Professional Persons*) eram jovens profissionais que estavam muito bem financeiramente e possuíam uma identidade particular ao se vestirem de forma “arrumadinha”. O italiano Giorgio Armani (nascido em 1934) era o grande ícone da moda *yuppies*. Ele tornou-se um símbolo de elegância e refinamento. Neste período já não havia mais tanta diferença entre as roupas femininas e masculinas (BRAGA, 2004).

Outro fato marcante era o avanço na tecnologia têxtil e também o início da informatização para o setor da moda. Acelerou-se a produção com os programas de computadores específicos de modelagem e estamparias, o que também trouxe dinamismo para o trabalho de moda. O revivalismo voltou a essa época, onde tentava-se buscar no passado uma novidade ou uma inspiração, e esta moda continuou nos anos de 1990. A procura incessante em momentos históricos fez com que os brechós passassem a ser verdadeiros focos de referências.

A moda da década de 1990 vem a ser definida pela quebra de barreiras e preconceitos no vestir e pelo aparecimento de uma grande liberdade de expressão visual. Período este, que coincidiu com o fenômeno da queda do Muro de Berlim, em 1989, e que representou o fim de uma época e a queda de ideologias.

A moda jovem era ousada e irreverente. Porém, a dinâmica da fidelidade ao estilo das tribos de moda teve uma característica de influenciarem umas às outras, a ponto de se misturarem e não existir mais características de ser fiel apenas a uma identidade visual e ideológica. O conceito de “supermercado de estilos” passou a ser a identidade da moda nos anos 90, que mesclou informações e influências de diversas fontes. A década de 1990 adquiriu a característica de mistura. De acordo com Lima (2003, p. 55):

[...] o minimalismo que preconizava a simplicidade e as linhas retas em contraponto coexistia a um estilo barroco que se expressou através de uma interpretação de opostos: masculino/feminino; estruturado/desestruturado; curto/comprido; construído/desconstruído [...]. Concluindo, percebe-se que a grande sedução da moda é a mutabilidade. A construção da aparência

envolve conceitos e práticas culturais corporificadas através de armações, estruturas e materiais. As áreas do corpo estarão sempre mudadas, estrategicamente ajustadas, comprimidas e aumentadas, para alcançar os objetivos da moda através de seus ajustes visuais de proporção.

Essa falta de uma identidade acabou sendo a própria identidade. É o acontecimento da globalização na moda que deu uma maior liberdade no modo de vestir (BRAGA, 2004).

Já no início do século XXI, a moda se massifica e reinventa-se com o conceito de customização, ou seja, uma personalização na qual o usuário interfere na própria roupa para se diferenciar dos demais. Neste mesmo período, a moda brasileira tornou-se cada vez mais prestigiada no mercado de moda internacional, principalmente com o primeiro São Paulo *Fashion Week*, em janeiro de 2001, que ganhou grande reconhecimento internacional. A “reglamourização” também passou a ser a nova proposta da moda, na qual aspectos de luxo e sofisticação foram levados às últimas conseqüências na busca pela diferenciação.

Portanto, como podemos observar à moda é a manifestação de um povo e de sua cultura. Segundo Braga (2004, p.106), a moda é “como a própria História, ou seja, um rio que flui e banha as margens por onde passa, trazendo e levando o húmus da criação estilística para fertilizar o solo e fazer com que a semente possa germinar”.

Com base neste estudo sobre a História da Moda tentaremos nos capítulos seguintes mostrar qual a relação existente entre a sexualidade feminina e as roupas. Assim como verificar se existe alguma ligação entre a imagem da mulher com o mistério nos filmes do cineasta Alfred Hitchcock, porque a forma como a textualidade fílmica aparece em Hitchcock faz com que, sobre a imagem e aparições do feminino, incida a luz do mistério.

A escolha do cineasta Hitchcock deve-se ao fato de que há uma tradição de exploração estética, no qual a mulher misteriosa e loira se pode notar em vários filmes, como em *Psicose* e *Os Pássaros*. Hitchcock tinha uma grande preocupação com a imagem da mulher. Ele trabalhou com a figurinista Edith Head, que desenvolveu uma estética que, bem ao gosto do glamour dos anos 50, ressalta a elegância e a sexualidade feminina. Os cortes, tecidos e cores, tudo contribui para a construção de uma determinada visão da mulher, na qual se pode perceber a atenção de Hitchcock ao poder da sexualidade feminina.

3 ROUPA E SEXUALIDADE

*Quero romper com o meu corpo, quero enfrentá-lo, acusá-lo, por abolir
minha essência, mas ele sequer me escuta e vai pelo rumo oposto.*

CARLOS DRUMMOND DE ANDRADE

As roupas têm um significado muito maior do que o simples ato de adorna-se, elas constituem um fenômeno social ou ainda um sistema de códigos pelo qual identificamos o nosso eu no mundo. Sabemos desde pequenos que as roupas nos dão uma identidade privada, esta geralmente ligada a idéias interiores sobre o nosso corpo, principalmente as relacionadas à nossa sexualidade. Idéias que definem que as meninas devem usar um certo tipo de vestuário diferente dos meninos, e que não devemos quebrar essas regras, pois estaríamos contrariando os ideais do grupo a qual pertencemos.

Quando adultos ainda acreditamos nessa separação entre as vestes femininas e masculinas, e assim tentamos mantê-las sempre. É o que afirma Hollander (1996, p. 17) quando diz:

No processo contínuo desta definição, o vestuário usado em público pelos adultos torna-se finalmente um gesto sexual recíproco em um mundo geralmente bissexual. A excitação popular atual com o transexualismo no vestir mostra apenas quão profundamente acreditamos ainda em separar simbolicamente as roupas dos homens e das mulheres, mesmo que em muitas ocasiões ambos se vistam da mesma forma.

Analisando toda a história da moda em séculos passados, percebe-se que as indumentárias masculinas sempre representaram mais poder que as femininas, e estas sempre têm copiado as vestes masculinas, como defende Hollander (1996). Mas acredita-se que a imitação do masculino foi uma maneira da mulher derrubar os preconceitos e acabar com a submissão, forma esta de se mostrar como igual diante de uma sociedade machista. E constantemente a mulher tem exercido funções masculinas na busca pelo seu espaço. As roupas representam não só a diferença sexual, mas também uma forma de rivalidade entre os homens e as mulheres.

Desde do início da moda as formas de vestuário que expunham o corpo feminino ou masculino eram geradas pela fantasia sexual e adequadas às outras áreas da vida. Os trajes demonstram o quanto a forma visual tem a capacidade

própria de satisfazer pessoas, perpetuar-se e de criar a sua verdade “longe de referências lingüísticas e alusões tópicas”.

Tal como descreve Villaça e Góes (1998), o vestuário sempre representou uma construção imposta, mas que compõem o corpo, dando-lhe uma continuidade. A moda oscila em duas direções como uma prótese corporal e como um elemento do processo de subjetivação. Por um lado, ela representa um instrumento de padronização, correção e perfeição, e por outro como prótese, também funciona cada vez mais como derrubada de cânones, novidades e pluralização das diferenças.

As roupas são comprometidas com um ideal de personalidade única, e sempre estão ligadas a formas materiais geradas pelas fantasias inconscientes. Elas dão uma impressão de serem pessoais, por referir-se a formas e traços individuais, mesmo que várias pessoas estejam vestidas de maneira parecida, a moda tem o poder de fazer com que as pessoas se sintam verdadeiramente únicas. De acordo com Hollander (1996, p. 51):

[...] a moda vai mais além do vestir e adere à idéia de que um corpo individual tem uma psique individual e uma sexualidade particular, uma juventude e maturidade únicas, e um conjunto único de experiências e fantasias pessoais. [...] A moda é incansavelmente pessoal.

A sexualidade tornou-se o motor expressivo fundamental para as roupas modernas. Segundo Hollander (1996, p. 47), é “a fonte subjacente do jogo criativo, do capricho, da invenção que inclui ambos os tipos, a prática e a regressiva: a moda passou a retratar a própria sexualidade como sem lei, excêntrica e inventiva”.

As curvas e os ângulos das roupas de diversos estilos podem imitar mesmo inconsciente e zombar das formas corporais, mesmo que estas estejam em contato direto com partes do corpo real. Na análise de Hollander (1996), pode-se ver a analogia feita entre as vestes e o corpo, como por exemplo, um determinado tipo de chapéu pode aparentar um formato de um pênis, assim como as ombreiras que trazer a mente uma imagem de força podem lembrar seios ou nádegas.

Um sapato de gáspea muito baixa faz com que o peito do pé de uma mulher pareça com peitos ou costas aparentes por decote muito profundo.

A moda agora também oferece roupas que trazem palavras que realizem um jogo léxico com seios, peito, costas, barriga e ombros – em um clima semiológico, palavras descartáveis que foram adicionadas ao estoque comum da fantasia visual para serem misturadas com partes do corpo e parte de um quadro. (HOLLANDER, 1996, p. 56).

Acredita-se que não foi apenas a influência da imaginação criativa feminina responsável por mudanças na aparência das mulheres. As possibilidades de roupas prontas para usar, com elegância e boa qualidade, produzidas em série, contribuíram para uma modernização. Mas que revelou novamente a distinção de classes e as diferenciações mais notáveis de sexo. Para Villaça e Góes (1998), atualmente a moda adquire o sentido de uma estratégia corporal mais expressiva, que proporciona movimentos de simulação e dissimulação, aumentando assim o poder do corpo de afetar e ser afetado.

As roupas femininas despertam uma pulsão sexual devido ao fato de que um vestido, por exemplo, denuncia as formas mais íntimas do corpo, como os seios. Isto acaba tornando-se um signo erótico. Os vestidos têm o poder de valorizar do corpo da mulher num jogo de revelação e ocultação, pois marca mais as curvas femininas. Como podemos observar na análise de Joffily (2001, p. 167):

A conexão roupa/corpo possuía uma ótica marcadamente sexual. Todo reconhecimento social possível à mulher da época se dava praticamente através do olhar masculino. Pela sedução, através do seu corpo, da aparência, a mulher manobrava seu próprio destino.

O encurtamento das saias significou o mais moderno e original avanço das mulheres em relação à moda feminina, sem precisar recorrer ao vocabulário padrão masculino para uma modernização. As saias delineavam os quadris e as coxas, e tendiam a se mover com estes em vez de mover-se de forma independente, e a “encobrir o corpo com o que parecia uma única camada de tecido, exatamente como as calças dos homens”. (HOLLANDER, 1996, P. 183).

Mary Quant é considerada a inventora da minissaia, mas para ela a verdadeira origem das minissaias era a rua. Esta estilista também trouxe a criação dos *collants* de todas as cores e padrões, pois na década de 1960, “as minissaias mal tapavam o rabo”. (LEHNERT, 2001). Mary revolucionou nesta época porque acentuou o ideal, não de mulher, mas de uma “[...] ninfa magra e atrevida em fase de experimentação da sua sexualidade”. (SEELING, 2000, p. 395).

A moda feminina permitiu-se a flexibilidade e também o toque de todo o corpo, fazendo com que assim se percebessem que pelo fato dos seios estarem ligados aos braços e aos músculos do peito, eles mudam constantemente de forma e posição e tendem a cair. Por isso, inventaram o sutiã. Entretanto, o seu uso no mundo moderno podia maltratar mais ainda do que os corpetes. “O sutiã adquiriu

associações temporárias com a falsidade e a lascívia, como se eles fossem versões novas dos antigos espartilhos”. (HOLLANDER, 1996, P. 186). Mas, os sutiãs ficaram de lado quando os “seios ágeis e mamilos visíveis” voltaram na moda, em face ao clamor feminino para terem suas fantasias individuais levadas a sério pela moda. As mulheres pediam o direito de poderem usar roupas íntimas sustentativas ou apertadas apenas se quisessem, mas de também não usá-las em caso contrário.

A moda revela muito do que se quer ocultar. Para Hollander, existe um sentimento nas pessoas de que seus segredos estão sendo revelados por suas roupas, e esse sentimento “[...] vem do conhecimento de que fazer escolhas entre as alternativas visuais significativas do vestuário moderno não está inteiramente sob seu controle consciente”.

O corpo nu apresenta uma natureza genérica, e não possui um grande poder de sedução, em função da igualdade linear com a qual se apresenta e constitui. Enquanto objeto de significação e comunicação, o corpo constrói significados na forma como se mostra e é apresentado dependendo do contexto. Os adornos sobrepõem-se ao corpo como um suporte ideal da moda no qual esta constrói e consolida nossos desejos e crenças, “atualizando nosso sistema de escritura e valores sociais, articulando e potencializando seu discurso sobre o corpo”. (CASTILHO, 2003, p. 63). As roupas revestem o corpo com elementos decorativos que podem tanto adotar figurativamente a estrutura do corpo, como reconstruir sua forma e aparência exterior.

4 SEXUALIDADE FEMININA PELO OLHAR DE ALFRED HITCHCOCK

A escolha do cineasta Alfred Hitchcock se deve pelo fato de que ele tentará nos filmes uma conexão entre os crimes e a imagem sedutora da mulher, o que nós faz concordar com Paglia (1999, p. 8), quando diz que “Hitchcock julga a mulher cativante mas perigosa”.

Para construção deste trabalho foram analisados os filmes *Janela Indiscreta* (1954), *Psicose* (1960), *Disque M para Matar* (1960) e *Os Pássaros* (1963), do produtor e diretor de cinema, Alfred Hitchcock (1899-1980), mais conhecido como o “Mestre do Suspense”. Além desses, também foi utilizado como base o livro *Os Pássaros*, de Camille Paglia.

No filme *Os Pássaros* (1963), Hitchcock aborda o tema da natureza destruidora e voraz. Para Paglia (1999, p. 7) o filme é considerado de “uma ode perversa ao glamour sexual feminino, que Hitchcock mostra em todas as suas fases sedutoras, do frágil artifício à comovente vulnerabilidade”, pois percebe-se neste filme a relação entre cativo e domesticação. A mulher fascina por sua própria natureza, mas é a principal criadora de uma civilização, é “um fabricante mágico de *persona*”, cujo sorriso é uma grande fonte de engano. Pelo olhar de Hitchcock vê-se a casa, no “plano histórico”, como um porto seguro e também como uma verdadeira armadilha, na qual o homem nômade utilizou os animais a seu favor e conseguiu estabelecer uma morada, um lugar, mas ele se sucumbiu à domesticação e ao controle feminino (PAGLIA, 1999).

O filme é baseado na idéia do conto de Daphne du Maurier, também intitulado com o nome “*Os Pássaros*”, escrito em 1952 e reproduzido numa das antologias do programa de televisão *Alfred Hitcochck Apresenta*, que estreou em 1955 e ficou no ar durante uma década.

Toda a história do filme esteve envolta do mistério do ataque dos pássaros a cidade de San Francisco. Segundo Paglia (1999, p. 10), Hitchcock captou a analogia da guerra, o que serviu de inspiração para a criação da heroína que se fortalece nas adversidades. A personagem principal Melanie Daniels, interpretada por Tippi Hedren, era uma garota rica e frívola, “cujos joguinhos de paquera terminavam em humilhação traumática para ela mesma”. Além disso, o

ataque dos pássaros baseou-se nos ataques aéreos e na própria vivência de Hitchcock da *blitz* de Londres, onde pusera em perigo sua mãe.

A filmagem de *Os Pássaros* foi feita em Bodega Bay⁵, no norte da Califórnia. Hitchcock trabalhava com atenção rigorosa ao mundo físico, e para a construção do cenário e figurino ele mandou tirar fotos das pessoas e da cidade de Bodega Bay. Até antes da redação do roteiro, Hitchcock visitou a cidadezinha.

Na criação de *Psicose* (1960), o cineasta mandou que tirassem fotos das casas e escritórios de Phoenix, incluindo até o guarda-roupa de uma jovem trabalhadora para garantir o realismo meticuloso a Marion Crane, personagem de Janet Leigh. Hitchcock explorava a psicologia “não incentivando os atores a cair em queda livre emocional mas contendo-os dentro das convenções sócias, definidas por seu enquadramento rígido”, de acordo com Paglia (1999, p. 16).

A atriz Tippi Hedren, modelo nascida em Minnesota e divorciada, tinha acabado de se mudar de Nova York para Los Angeles, quando foi chamada por Hitchcock para trabalhar no filme *Os Pássaros*. Todo o figurino era escolhido pessoalmente pelo cineasta. O vestido “verde-suave” utilizado por Hedren referia-se ao jeito sereno e recatado da protagonista. O que nos faz acreditar que Hitchcock escolhia os figurinos psicologicamente, como o guarda-roupa de Grace Kelly em *Disque M para Matar* (1945), que as cores e estilos eram escolhidos por alguma razão.

Edith Head compôs o figurino de onze filmes de Alfred Hitchcock, pois só tinha confiança nesta estilista “quando se tratava de esconder os abismos secretos das suas gélidas loiras de trajes burgueses” (SEELING, 2000, p. 189).

A cor da abertura e dos créditos também é escolhida meticulosamente por Hitchcock. Como por exemplo o branco dos créditos em *Psicose* causa uma impressão assustadora “meio vazio cósmico, meio gaiola mental”. Já em *Os pássaros*, o começo causa uma outra impressão como vemos nos estudos de Paglia (1999, p. 27):

Quando *Os Pássaros* começa, parece que penetramos no *id* voraz do louco, onde se debate um borrão de impulsos animais. Em contraste com a intensidade do negro fechado e do branco luminoso, surgem o título e os créditos em letras bem formais e clássicas, com um ligeiro relevo, em azul

⁵ *Bodega Bay*: uma cidadezinha no litoral de Sonoma, ao norte de San Francisco. Segundo o livro *Os Pássaros*, de Camille Paglia (1999), o uso que Hitchcock faz do nome tem uma ressonância poética, como uma metáfora, que evoca tanto a natureza quanto a cultura e representa toda a vida humana.

celeste [...]. Mas as palavras e os nomes suspensos sobrepõem-se nervosamente e se desintegram, como se dilacerados por bicos invisíveis. Os créditos revelam uma guerra entre a natureza e cultura, com a derrota das irracionais e primitivas ilusões humanas.

Hitchcock também combinou as cores de outras cenas de *Psicose*, na versão preto e branco, como por exemplo a cena do chuveiro, onde Marion aparece com uma roupa preta antes de entrar no banho e depois que é assassinada, está com uma roupa clara. Outro fato também marcante para a época foi o aparecimento de um vaso sanitário dando descarga.

A trama de *Psicose* inicia com a cena de Marion deitada na cama com seu namorado, o que incita que eles tinham acabado de fazer sexo, fato que na época era chocante, pois não se podia mostrar um casal na cama, como pode se vê na imagem abaixo:



Figura 8 - Cena da cama. Anthony Perkins e Janet Leigh. *Psicose*, 1960. (TRUFFAUT, 2004, p. 260).

Além disso, neste filme foi a única vez em que Hitchcock apresentou uma mulher de só de sutiã nas telas. Segundo palavras de Hitchcock em uma entrevista a Truffaut (2004, p. 270), filmar Janet Leigh de sutiã nas primeiras cenas do filme foi preciso, “pois o público muda, evolui”.



Figura 9 – Marion Crane, personagem de Janet Leigh em *Psicose*, 1960.
(TRUFFAUT, 2004, p. 270).

Marion era uma secretária que dá um desfalque de 40 mil dólares na imobiliária onde trabalha. Em uma tarde quente, ela pede ao chefe para sair mais cedo pois não se sentia bem, e leva com ela um pacote contendo o dinheiro. Ela foge e seu crime só é descoberto dois dias depois. Marion cansada de dirigir, resolve parar no “Motel Bates”. Lá, ela é recepcionada pelo simpático, mas estranho, Norman Bates, interpretado por Anthony Perkins. Marion é brutalmente esfaqueada enquanto toma banho. Norman é um rapaz tímido e dominado pela mãe, que já tinha morrido.

Em os *Pássaros*, inicia-se com o alvoroço da vida cotidiana, no qual ouve-se um sino de um bonde de San Francisco lotado com passageiros locais e turistas. Quando este passa, vemos a imagem da jovem atraente, Melanie Daniels, esperando na beira da calçada. Com seu “cintilante louro-champanhe” em um belo penteado, vestida com um elegante *tailleur* preto “mosqueado” e com uma saia justíssima. A transição simbólica dos créditos para este filme é sutil mas aparente, que segundo Paglia (1999), a mulher representa o corvo, o seu salto agulha são as garras da natureza voraz. Até a carteira preta de Melanie longa e estreita, faz alusão a um estojo de uma carabina fállica. “Melanie já apresentou sua personagem como amante da elegância, uma mulher bonita usada altivamente para exercer poder sobre os homens em público e em particular” (PAGLIA, 1999, p. 28):



Figura 10 - Melanie Daniels, personagem de Tippi Hedren em *Os Pássaros*, 1963.
(TRUFFAUT, 2004, p. 325).

Nas cenas seguintes do filme, Melanie entra na Davidson's Pet Shop para buscar um pássaro. Com o atraso da encomenda, Melanie se debruça elegantemente sobre um balcão a fim de anotar seu endereço para que a ave lhe seja entregue. Nesse momento, chega Mitchell Brenner, interpretado por Rod Taylor, para comprar um pássaro para sua irmã. Apesar de reconhecer Melanie imediatamente como a impetuosa debutante que sempre aparecia nas manchetes de jornal, ele finge confundi-la com um balconista. Em *Os Pássaros*, antes de Mitch cumprimentá-la, percebe-se ele examinando minuciosamente, de modo arrogante e admirado, o traseiro redondo e as belas pernas de Melanie (PAGLIA, 1999).

Para Paglia (1999), a imagem das pernas era um tema dominante nos filmes de Hitchcock. O salto alto da moda, que alonga as pernas e "arqueia" o pé ao estilo fetichista podia ser encarado como um mutilador de mulheres, tornando-as mais vulneráveis, mas Hitchcock, assim como Paglia, acreditavam que esta é uma formidável arma feminina e bem afiada do poder feminino.

Melanie entra no jogo de Mitch e aceita o papel de balconista ao atendê-lo. Podemos identificar que a solicitação de periquitos, ou "*lovebirds*"⁶ [pássaros do amor], que durante todo o filme expressam uma metáfora amorosa e sexual, é uma insinuação erótica, que Melanie acentua ao improvisar seu papel de balconista de forma hesitante, batendo o lápis pensativamente no queixo e na bochecha. Desta maneira, somos levados a concordar com Paglia (1999) quando diz que esta cena,

⁶ *Lovebirds*: de acordo com Paglia (1999), o nome "Os Pássaros do Amor" provém do fato de que os casais dessa espécie demonstram uma grande afeição mútua.

assim como de tantos outros filmes, o que chama mais se aprecia é o modo como aparece a atração sexual, que vai e volta disfarçada no nível da linguagem.

Melanie tenta os nomes dos pássaros engaiolados para Mitch, e apesar de errar, pois não sabe praticamente nada, ela se mostra tranqüila e senhora de si durante o flerte, com os olhos bem abertos e a cabeça levemente inclinada. Depois, Mitch pede para examinar um canário e ela aceita inexplicavelmente. Ela enfia o lápis no cabelo, que segundo Paglia (1999), a haste amarela que se projeta na cabeça dela torna-se uma flecha de Cúpido, como nas cenas seguintes que um passado acerta o alvo e prefigura um ferimento na testa dela. Melanie enfia a mão na gaiola e o canário escapa, depois o pássaro é preso novamente pelo chapéu de um homem.

O jogo termina neste instante e Melanie fica chocada por ter sido enganada. Ela fala com ele em um tom mais agudo e suas boas maneiras desaparecem, e comporta-se como uma verdadeira balconista, com palavreado duro e vulgar das ruas. O que de fato, para 1963, era muito mais surpreendente, já que nesta época ainda não tinha começado a revolução sexual que inspirou a mulher a mudar seus hábitos e xingar (PAGLIA, 1999).

Mitch, um advogado criminalista, viu Melanie defender-se de uma das suas brincadeiras malvadas que resultaram em uma vitrine quebrada. Ele diz a ela que deveria ter sido presa, e que isto só não aconteceu por causa do sexo e da posição social. Mitch sai e diz de maneira provocante que a verá no tribunal, dando início assim a “guerra dos sexos”. Logo depois, ela sai correndo atrás dele interpretando o papel da agressora sexual (PAGLIA, 1999).

Melanie é atingida por uma gaivota na sua “caça a Mitchell Brenner”, mas ainda consegue anotar o número da placa do carro de Mitch. Ela pega um telefone e, discando com o lápis para não estragar as unhas convence um repórter da editoria municipal do jornal de seu pai a lhe fazer um favor. Enquanto liga, ela brinca como o lápis fálico e com cordão umbilical do telefone, sua voz é soprada e soa num falso tom infantil. Com essa brincadeira de investigação, Melanie assume um papel que normalmente era masculino nos filmes de Hitchcock.

Grace Kelly, um catálogo de moda que nunca usa a mesma roupa duas vezes, também exerceu um papel masculino no filme *Janela Indiscreta* (1954) quando realiza suas pesquisas criminalísticas, e também demonstra como uma

mulher bonita consegue o que quer no mundo. “Os homens são massa de modelar em suas mãos”, de acordo com Paglia (1999, p. 36).



Figura 11 - Lisa Carol Fremont, personagem de Grace Kelly em *Janela Indiscreta*, 1954. Disponível em: <<http://www.daslu.com.br/revista/6/1.php>>. Acesso em 16 maio 2006.

Janela Indiscreta conta a história de um fotógrafo Jeffries, personagem de James Stewart, que está com a perna fraturada. Como ele está impossibilitado de sair de casa, passa a espionar a vizinhança a fim de ocupar seu tempo, e acaba desconfiando de um assassinato, cometido por um deles.

A personagem de *Os Pássaros* entra no elevador, vestida com um luxuoso casaco de vison bege e os *escarpins* marrom e a bolsa combinando com a cor das luvas, a imagem de um passageiro vestido com um terno azul. Paglia aponta uma oposição com relação a esta imagem da esplendida plumagem da fêmea humana com a do uniforme sombrio do executivo, apresentando o contrário ao mundo animal, onde os machos se exibem e as fêmeas precisam de uma camuflagem para se defender dos jovens predadores. “Hitchcock saboreia a mística da diferenciação sexual: ele sabe que os sexos, apesar de sua superposição socializada, divergem permanente em seu extremo natural” (PAGLIA, 1999, p. 37). Isto nós leva a perceber que nós atuamos simbolicamente sobre “dado natural” do corpo.

Para chegar até a casa dos Brenner, em Bodega Bay, Melanie precisou atravessar a cidade de barco. Ao se aproximar, ela desliga o motor do barco e investiga as atividades em terra, onde Mitch está se despedindo de sua mãe irmã. Quando percebe que as duas já saíram, Melanie se comporta como uma invasora e ladra, mas que deixa algo em vez de roubar. Ela chega silenciosamente à casa dos

Brenner, sem tocar a campainha, e deixa o presente de aniversário para Cathy, irmã de Mitch, em forma de periquitos e como um bilhete desconcertante para uma estranha. Como assinalara Paglia (1999, p. 47), com este ato Melanie está primeiramente “marcando” território, como um cachorro que urina no território de outro. Ela penetra com elegância e naquela casa modesta e “atuhlada”, como um senhor de escravos entra na senzala. Em segundo lugar, ela usa uma criança, assim como usou os pássaros, para conquistar Mitch. Em terceiro lugar, com isso ela está coagindo e manipulando, pois acredita que ele se ofenderá com a tocaia, e faz com seja grato por sua generosidade com a irmã. Como uma forma de chantagem emocional.

Depois de deixar o presente, Melanie volta correndo pelo cais. Ela entra no barco e ao se afastar um pouco, ela se deita de bruços sorridente para espionar, como um caçador no esconderijo, a espreita, enquanto o macho é a presa. Mitch encontra os pássaros e corre de um lado para outro a procura de quem os deixou. Ele pega um binóculo e avista Melanie voltando com o barco para a cidade. Mitch pega o carro e vai atrás dela, como uma corrida entre homem e mulher, como uma representação de competição. Melanie desliza depressa sobre as águas que parece voar (PAGLIA, 1999).

Mitch chega primeiro ao cais e espera Melanie. Neste momento, ela está no auge do poder. Quando ela inclina a cabeça, uma gaivota choca-se contra sua cabeça. O que pode ser considerado o primeiro dos ataques da “guerra dos pássaros”. O choque lhe fez uma ferida, que segundo Paglia (1999) propunha uma imagem de inversão surrealista, pois Melanie estava agora como sangue na ponta do indicador, enquanto suas unhas eram pintadas de esmalte também vermelho.

Com o ataque das gaivotas, Mitch e Melanie retiram as “máscaras de flerte hostil”, e este momento crítico os une numa mesma causa, pois demonstra a fragilidade da carne. Melanie parece totalmente indefesa e precisa ser salva por um homem. Ele a conduz cambaleante para dentro do movimentado Tides Restaurante, e pede um anti-séptico para cuidar do ferimento. A mãe de Mitch entra, e ele diz a sua mãe que já convidou Melanie para jantar sua casa, uma descarada mentira social que cola sua mãe na berlinda. Durante o jantar, a pequena Cathy diz a Melanie que terá uma festa de aniversário no dia seguinte e a convida.

É na festa de Cathy [Veronica Cartwright] onde acontece o primeiro ataque em massa dos pássaros. A primeira pessoa a ser atingida é Cathy, com um

golpe na cabeça, assim como Melanie no barco anteriormente. Melanie representa neste momento o papel de heroína, de uma voluntária de resgate, e retira seu fino casaco para enxotar a gaiivota de cima da menina. As crianças e os adultos conseguem abrigar-se dentro da casa, até que os pássaros vão embora.

Todos vão embora depois, menos Melanie, que senta na sala junto como os Brenner. Lydia [Jéssica Tandy], mãe de Mitch, tenta apressar a saída de Melanie, mas Cathy e Mitch querem que ela fique. Aparece um pardal na lareira, que é como se fosse uma advertência em forma de “chilros”, que se intensifica ao descer milhares de pássaros pela chaminé e se espalham pela casa, como uma nuvem asfixiante. Paglia (1999) contesta se a guerra feminina entre Lydia e Melanie não teria gerado um vácuo moral que sugou o bando de pássaros pela chaminé.

No dia seguinte ao ataque, Lydia vai até a casa de Dan Fawcett. Ela bate a porta, mas ninguém responde, então ela entra, da mesma forma como Melanie em sua primeira missão de invadir a casa dos Brenner. Quando ela para diante de uma fileira de xícaras quebradas, ainda penduradas pelos ganchos, ver-se novamente a mulher-detetive, que sai pela casa investigando tudo. Encontra a cada passo pela casa uma destruição total, até que Lydia chega no canto onde encontra o fazendeiro encostado no canto, coberto de sangue. Ela sai correndo da casa.

Quando chega em sua casa, se depara com Micht e Melanie abraçados. Melanie ainda de camisola e chinelo, pois tinha passado a noite na casa dos Brenner depois do segundo ataque dos pássaros. Outros ataques aconteceram na seqüência do filme.

Segundo palavra de Paglia (1999), “a teia de aranha gigantesca criada por aquele golpe [referindo-se ao ataque dos pássaros] é um dos temas repetidos no filme” de Hitchcock, que ora simbolizavam a sexualidade feminina, ora a brutalidade da natureza.

Alguns moradores de Bodega Bay vêem Melanie e a acusam de ser a responsável pelo ataque dos pássaros, pois só após a chegada dela estes fatos estranhos começaram a acontecer. Apesar dessa acusação ser totalmente irracional, de alguma forma, Melanie pode ser considerada como espécie de vampiro em sintonia com as mensagens ocultas da natureza (PAGLIA, 1999).

Em uma das cenas seguintes, Melanie, Mitch, Lydia e Cathy estão na casa dos Brenner, tentando se proteger do ataque dos pássaros. Depois de um dia inteiro de fuga, todos acabam dormindo, só não Melanie, em mais uma de suas

iniciativas de detetive, resolve investigar a escada do sótão. Lá ela encontra um buraco no teto do sótão. Segundo depois, entra vários pássaros pelo buraco e atacam Melanie.

Paglia (1999, p. 102) argumenta que a cena do ataque dos pássaros no sótão tem relação com a cena de um estupro quando diz que “a cama com dossel branco e o livro infantil no chão indicam que é o quarto de uma jovem virgem, que também foi estuprada por uma quadrilha antes do ataque maciço contra Melanie”. Ainda afirma que “em *Os Pássaros*, o princípio sexual é que os quartos são cenários de selvageria primal”. Os pássaros bicam os seios de Melanie e tentam lhe arrancar as unhas pintadas. Mitch consegue retirá-la do sótão e a coloca no sofá da sala. A imagem de Melanie neste momento é de quem sofreu um “trauma psicótico”, de acordo com as palavras de Paglia (1999). Mitch consegue pegar o carro e retira Melanie, sua mãe e irmã da casa.

Os Pássaros termina, segundo Paglia (1999, p. 106), como o filme *Psicose*, com a tomada do carro sendo salvo do “pântano negro da Mãe Natureza”. Com base nestas considerações percebe-se que Hitchcock trabalha todo o tempo com o tema de aprisionamento social, que também relaciona outra prisão: a do sujeito atado às determinações do desejo.

5 CONCLUSÃO

O corpo é [...] capaz de proporcionar esse encontro fecundo entre tecido e pele, contaminando o olhar do público que contempla e admira o deslizar da forma.

WILTON GARCIA

A partir do que foi exposto anteriormente, percebe-se o quanto as roupas sempre simbolizaram uma guerra fundamental e fundante entre os sexos, e sua linguagem nós leva a entendê-la com uma forma de poder.

Analisando a relação entre as roupas e a sexualidade feminina, percebe-se que as mudanças serviram para demonstrar a humanidade completa da mulher, que seus corpos, assim como o dos homens, tinham muitas particularidades, como afirma Hollander (1996, p. 84):

Mostrar que as mulheres têm pernas comuns que funcionam exatamente como as dos homens (e não máquinas exóticas que servem para dançar e fazer acrobacias, mostrando-se rapidamente sob a frivolidade do brocado, ou membros sedutores que se comportam como braços inferiores que atraem apenas para agarrar e estrangular) era também mostrar que elas tinham músculos e tendões que trabalhavam de modo comum, assim como baço e fígado, pulmões e estômago e, por extensão, cérebro.

Como vemos nos filmes de Alfred Hitchcock, quando a mulher aparece como uma conquistadora, como uma caçadora de homens, e que pela sua imagem consegue tudo o que deseja.

A efemeridade da paixão pelas estrelas obriga a assimilá-las não apenas como uma manifestação de religiosidade, mas como uma “paixão de moda”, uma mania temporária. Em contraposição a adoração religiosa, que depende de uma organização simbólica, um sentido e conteúdo transcendente, as estrelas tem em particular apenas o fato de que não se apegam senão a uma imagem, é “êxtase da aparência”. O que chama a atenção dos fervorosos pelas estrelas não é uma qualidade humana e nem a mensagem de salvação, mas o charme de uma imagem sublimada e estetizada (LIPOVETSKY, 1989).

Segundo Lipovetsky (1989), acredita-se que o culto das estrelas seja um dos fatores para a perpetuação da moda. A atração é a responsável pelo poder duradouro de muitos estilos e maneiras diferentes de vestuário moderno que a moda parece não só manipular, mas sem extinguí-la e nem ameaçar a sua existência, muda apenas seu uso e significado.

Para o melhor entendimento de como a moda se relaciona com a sexualidade feminina, foi feito um estudo sobre toda a História da Moda, principalmente a partir da década de 1920, auge da indústria cinematográfica.

Depois de observar estes dados, selecionaram-se quatro filmes do cineasta Alfred Hitchcock para investigar e desvendar a ligação existente entre a imagem da mulher e o suspense. Utilizaram-se para tal, bibliografia especializada na área de autores de comparada consistência teórica, no qual pode ser avaliado o contexto social no qual os filmes estão inseridos e quais mudanças trouxeram para o mundo da Moda.

Até a construção deste trabalho, não eram de conhecimento desta autora as produções cinematográficas de Hitchcock. A partir desta análise percebeu-se que, de fato, Hitchcock trabalhava com cada detalhe minuciosamente – como a cor das roupas, as vestes, o cenário – toda a construção das personagens era muito bem elaborado para se conseguir o efeito desejado. Hitchcock demonstrava grande atenção ao poder da sexualidade feminina.

Após a análise deste trabalho, a autora deste pretende realizar uma Pós-Graduação na área de Jornalismo de Moda e utilizar este projeto como o passo inicial em direção a essas teorizações.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Carlos Drummond de. **Corpo**. Rio de Janeiro: Record, 1984.

BRAGA, João. **História da moda**: uma narrativa. 4. ed. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004.

CASTILHO, Kathia. Do corpo à moda: exercícios de uma prática estética. In: CASTILHO, Kathia e GALVÃO, Diana (Org.). **A moda do corpo, o corpo da moda**. São Paulo: Esfera, 2003. p. 59-72.

CASTILHO, Kathia e GALVÃO, Diana (Org.). **A moda do corpo, o corpo da moda**. São Paulo: Esfera, 2003.

DISQUE M Para Matar. Direção e produção de Alfred Hitchcock. Estados Unidos: Warner Bros, 1954. 1 videocassete.

DUNCAN, Emilia. Corpo e personagem. In: CASTILHO, Kathia e GALVÃO, Diana (Org.). **A moda do corpo, o corpo da moda**. São Paulo: Esfera, 2003.

GARCIA, Wilton. **Corpo, mídia e representação**: estudos contemporâneos. São Paulo: Thomson, 2005.

HOLLANDER, Anne. **O sexo e as roupas**: a evolução do traje moderno. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

JANELA Indiscreta. Direção e produção de Alfred Hitchcock. Estados Unidos: Paramount Pictures, 1954. 1 videocassete.

JOFFILY, Ruth. Por que estudar moda? **Aquila**. Rio de Janeiro: Universidade Veiga de Almeida, v. 2, n. 4, p. 79-81, jul./ dez. 1998.

_____. Sobre o vestuário feminino: da regra à indefinição. In: VILLAÇA, Nízia e GÓES, Fred (Org.). **Nas fronteiras do contemporâneo**: território, identidade, arte, moda, corpo e mídia. Rio de Janeiro: Mauad-FUJB, 2001. p. 166-170.

LACROIX, Christian. In: SEELING, Charlotte. **Moda: o século dos estilistas 1900 - 1999**. Portugal: Könemann, 2000. p. 120-121.

LEHNERT, Gertrud. **História da moda do século XX**. Portugal: Könemann, 2001.

LIMA, Vera. A construção do corpo nas formas da moda. In: CASTILHO, Kathia e GALVÃO, Diana (Org.). **A moda do corpo, o corpo da moda**. São Paulo: Esfera, 2003.

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

MOUTINHO, Maria Rita. **A moda do século XX**. Rio de Janeiro: Senac, 2000.

OS PASSÁROS. Direção e produção de Alfred Hitchcock. Estados Unidos: Universal Pictures, 1963. 1 videocassete.

PAGLIA, Camille. **Os Pássaros**. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.

PRIORI, Mary Del. Um olhar sobre a história do corpo e da moda no Brasil. In: CASTILHO, Kathia e GALVÃO, Diana (Org.). **A moda do corpo, o corpo da moda**. São Paulo: Esfera, 2003. p. 190-201.

PSICOSE. Direção e produção de Alfred Hitchcock. Estados Unidos: Paramount Pictures, 1960. 1 videocassete.

SEELING, Charlotte. **Moda: o século dos estilistas 1900 -1999**. Portugal: Könemann, 2000.

TRUFFAUT, François. **Hitchcock/ Truffaut: entrevistas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

VILLAÇA, Nízia e GOÉS, Fred. **Em nome do corpo**. Rio de Janeiro: Rocco, 1998.

_____ (Org.). **Nas fronteiras do contemporâneo: território, identidade, arte, moda, corpo e mídia**. Rio de Janeiro: Mauad-FUJB, 2001.

VINCENT-RICARD, Françoise. **As espirais da moda.** 4. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.