

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
PUC-SP**

Camila Fanchini Rossi

**Moda e elite em Sex and the City:
uma semiótica da distinção**

MESTRADO EM COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA

São Paulo

2013

Camila Fanchini Rossi

**Moda e elite em Sex and the City:
uma semiótica da distinção**

MESTRADO EM COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA

Dissertação apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do título de MESTRE em Comunicação e Semiótica, sob a orientação da Profa. Dra. Leda Tenório da Motta.

São Paulo

2013

Camila Fanchini Rossi

**Moda e elite em Sex and the City:
uma semiótica da distinção**

Dissertação apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do título de MESTRE em Comunicação e Semiótica, sob a orientação da Profa. Dra. Leda Tenório da Motta, e aprovada em sessão pública realizada em ___/___/2013.

Banca Examinadora

Profa. Dra. Leda Tenório da Motta - PUC-SP (presidente)

A meus pais

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos que se envolveram com este trabalho, através de sua contribuição e suporte: ao *coach* e amigo Ivan Bismara, o pontapé inicial e confiança permanente; à brilhante Leda Tenório da Motta, a inspiração trazida por suas aulas e orientações; a Marcelo Santos e Maíra Zimmermann, o auxílio nesta caminhada que me era tão desconhecida e um pouco assustadora; a Anna Carolina Siqueira, o incentivo semanal e compartilhamento de experiências; a João Braga, suas contribuições bibliográficas e visão como especialista do universo da moda e do luxo; a todos os amigos e familiares, o apoio ao longo de toda a trajetória; e a Marcio Mendonça, as revisões, o suporte e a paciência na convivência marcada pelo trabalho constante.

“Esta manhã a padeira me diz: *ainda faz bom tempo! mas o calor está durando demais!* (as pessoas daqui acham sempre que o tempo está bonito demais, quente demais). Acrescento: *e a luz está tão bonita!* Mas a padeira não responde, e, mais uma vez, observo esse curto-circuito de linguagem, cuja ocasião mais certa são as conversas mais fúteis; compreendo que *ver a luz* decorre de uma sensibilidade de classe; ou antes, já que há certas luzes “pitorescas” que são certamente apreciadas pela padeira, o que é socialmente marcado é a visão “vaga”, a visão sem contornos, sem objeto, *sem figuração*, a visão de uma transparência, a visão de uma não-visão (aquele valor infigurativo que existe na boa pintura e não na má). Em suma, nada mais cultural do que a atmosfera, nada mais ideológico do que o tempo que faz.”

Roland Barthes, *O tempo que faz*

RESUMO

A presente pesquisa tem como objetivo estudar o vestuário contemporâneo, do duplo ângulo de suas funções de discriminador social e de instrumento de autoafirmação e expressão pessoal, a partir de sua representação midiática. Questão já abordada por estudiosos da indumentária, a disputa entre classes — envolvendo o desejo de imitação e distinção— foi apontada como motor fundamental da moda, tendo-lhe sido atribuídos o ritmo acelerado dos ciclos de renovação e a busca por novidades. Dentro destas perspectivas, partiremos da visão otimista de Gilles Lipovetsky, que assinala a democratização da moda num mundo supostamente reencantado, e a confrontaremos com a crítica desencantada de Walter Benjamin e seus comentadores, que ainda veem o homem contemporâneo reduzido à massificação da indústria cultural, seduzido pelas mercadorias e condicionado ao consumo. Metodologicamente, trata-se de uma pesquisa bibliográfica e documental, cuja análise apoia-se nas reflexões contemporâneas de Roland Barthes sobre os mitos dos editoriais de moda e na teoria da distinção de Pierre Bourdieu. O *corpus* da pesquisa compreende as peças do guarda-roupa “chique” da série televisiva americana *Sex and the City* (1998-2004) e de suas sequências cinematográficas (2008 e 2010), assinado pela fashionista Patricia Field, dada a influência da referida série sobre o público feminino e a sua estreita relação com a moda. Verificamos que, embora os designers de moda reivindicuem inspirar-se nas ruas, e vice-versa, o rompimento das barreiras de classe neste campo é ilusório, já que o distinto, por definição, afirma o alto pertencimento e repele as lojas de departamento.

Palavras-chave: Moda, Semiótica das Roupas, Sociologia da Distinção, *Sex and the City*.

ABSTRACT

The purpose of this research is to study contemporary clothing from the standpoint of its dual role as a social profiler and an instrument of self-affirmation and personal expression based on its representation in the media. A question which has been addressed by fashion scholars, the dispute between classes—involving the desire for imitation and distinction—has been referred to a key driver of fashion and held accountable for the fast pace of renewal cycles and the search for novelty. From this perspective, we will begin with the optimistic outlook of Gilles Lipovetsky, who points to the democratization of fashion in a supposedly re-enchanted world, and then compare it against the disenchanting critique presented by Walter Benjamin and his commentators, who still see the contemporary man reduced to the cultural industry's mass production, seduced by merchandise and conditioned to consumerism. Methodologically speaking, this is a bibliographic and documentary research and analysis underpinned by Roland Barthes' contemporary reflections about the myths behind fashion magazine editorials and Pierre Bourdieu's theory of distinction. The corpus of this paper consists of pieces of the chic wardrobe for American television series *Sex and the City* (1998-2004) and its cinematic sequels (2008 and 2010), signed by fashionista Patricia Field, given the influence of said series on female audiences and its close ties with fashion. We will see that even though fashion designers claim to be inspired by the streets and vice versa, the breaking of class barriers in this field is but illusory, as distinction, by definition, entails high standing and repeals department stores.

Key words: Fashion, Semiotics of Clothing, Sociology of Distinction, *Sex and the City*.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
1 SOCIOLOGIA DA DISTINÇÃO	12
2 MULHERES, A CIDADE E A MODA.....	18
3 FASCINAÇÃO E ESTEREOTIPIA	29
4 SEMIÓTICA DA DISTINÇÃO	36
4.1 Os signos do chique.....	36
4.2 O “fashionismo” versus a elegância clássica	77
CONCLUSÃO.....	106
REFERÊNCIAS.....	109
ANEXO A	121
ANEXO B	122
ANEXO C	123
ANEXO D	124
ANEXO E	125
ANEXO F.....	126

INTRODUÇÃO

No mundo contemporâneo, reino das aparências e “império do efêmero” — segundo a conhecida formulação de Gilles Lipovetsky¹, cujo trabalho embasa, em parte, este Mestrado—, a moda moderna encontrou seu espaço e se consolidou.

O desenvolvimento econômico, que possibilitou aos homens em geral usufruir os prazeres terrenos, trouxe consigo novos valores e a consagração das frivolidades. “Essa moral do prazer aristocrático foi incontestavelmente um fator essencial no aparecimento do *homo frivolus*: a moda é uma prática dos prazeres, é prazer de agradar, de surpreender, de ofuscar” (LIPOVETSKY, 2009, p. 70). Ou seja, através do gozo estético, a moda traduziu a paixão pela vida e esse desejo de felicidade.

Identificando na moda uma força extraordinária, Lipovetsky atribui à sua ascensão uma completa reestruturação da sociedade, regida por sua lógica da sedução e do efêmero. Considera que, como poder hegemônico, ela foi capaz de remodelar a vida coletiva, tornando-se fundamental para a consolidação das sociedades liberais. Segundo ele:

[...] a moda está nos comandos de nossas sociedades; a sedução e o efêmero tornaram-se, em menos de meio século, os princípios organizadores da vida coletiva moderna; vivemos em sociedades de dominante frívola, último elo da plurissecular aventura capitalista-democrático-individualista (LIPOVETSKY, 2009, p. 13).

Assim, a ascensão da moda teria trazido uma completa reestruturação da sociedade, regida por sua lógica da sedução e do efêmero e onde os valores hedonistas, materializados na busca do bem-estar, despertaram o culto ao corpo e o crescente interesse pelo vestir-se bem.

A moda, que se mantinha inicialmente restrita às revistas femininas, passou a permear quase todos os meios de comunicação, e as novidades, que antes levavam certo tempo para se propagar a partir dos polos criadores, concentrados principalmente na Europa, hoje tornam-se disponíveis quase instantaneamente, a um clique de distância.

¹ Filósofo francês, pensador da moda e referência entre os estudiosos do assunto. O termo pertence ao título do seu livro *O império do efêmero: a moda e o seu destino nas sociedades modernas*, de 2009, cuja primeira publicação francesa data de 1987.

Na Internet, sites e portais do setor dividem espaço com *blogs* que comentam a moda das passarelas e das ruas (os *coolhunters*, que exaltam o estilo e a personalidade de anônimos), e blogueiras profissionais atingem o status de *it girls* (termo adotado para designar garotas que se tornam referências de moda, passando a indicar tendências devido à maneira de se vestirem e pelas grifes que portam), inspirando a multiplicação de páginas que adotam seus exemplos em busca de popularidade.

Na televisão, a programação dedicada à moda também se expandiu e diversificou, abrangendo desde canais e programas especializados, como a rede internacional Fashiontv e o brasileiro GNT Fashion, que apresentam desfiles, tendências, entrevistas etc., até *reality shows* envolvendo disputas entre estilistas, modelos e estudantes de moda, como *Project Runway*, *America's Next Top Model* — ambos originados nos Estados Unidos e exportados para diversos países— e a *Temporada de Moda Capricho* —produção nacional que já teve três temporadas exibidas no canal Boomerang. Com presença naturalmente mais concentrada em canais por assinatura, o tema também ganhou programas próprios na TV aberta, deixando de ser apenas quadros em programas femininos e de variedades. Dois exemplos da televisão brasileira são o *Esquadrão da Moda* e o *Tenha Estilo*, ambos transmitidos pelo Sistema Brasileiro de Televisão (SBT). O primeiro é apresentado pela ex-modelo Isabella Fiorentino e por Arlindo Grund, no desempenho de uma nova figura do profissional de moda, o *personal stylist*, que auxilia indivíduos na composição do vestuário próprio e também na construção do “estilo pessoal”, e segue o modelo importado de programas que “ensinam” pessoas consideradas deselegantes a se vestir bem, de acordo com sua silhueta e segundo os parâmetros da moda. O segundo, um “programete de moda, estilo e comportamento” (como é apresentado em sua página da rede social Facebook), traz mais dicas de Grund (PROGRAMA, 2011-).

Entre os programas de ficção, um destacou-se por sua estreita ligação com o universo da moda, mesmo sem que esta fosse seu tema central. Bem por isso, constitui o *corpus* principal deste trabalho. Trata-se de *Sex and the City*, série da Home Box Office (HBO) que teve seis temporadas exibidas entre 1998 e 2004 e duas sequências cinematográficas (2008 e 2010) cerca de uma década após a estreia na TV.

Diferentemente da britânica *Absolutely Fabulous*², cuja protagonista, Edina Monsoon, fazia parte da indústria da moda, *Sex and the City* trouxe sua celebração por parte do consumidor. Foi através da veneração de Carrie Bradshaw, protagonista de *Sex and the City*, que o nome do designer de calçados Manolo Blahnik, já apresentado anos antes por Edina, fixou-se na mente do público em geral. A série teve um importante papel na popularização de outros nomes, como o do também designer de calçados, Jimmy Choo, e na disseminação do desejo pelos objetos das grifes europeias de luxo. E não por acaso, já que sapatos são aqui o objeto de desejo por excelência.

Apesar de sua estreia datar do ano de 1998, as relações dos indivíduos com os bens e mercadorias exibidos no programa mantêm-se tão atuais que algumas de suas cenas foram usadas por Enrico Cietta, sócio-diretor da firma de pesquisa e comunicação Diomedea e autor do livro *A revolução do fast-fashion: estratégias e modelos organizativos para competir nas indústrias híbridas*, para a introdução do debate entre especialistas sobre O Devir do Consumo, no II Seminário Internacional de Pesquisa realizado em abril de 2012, em São Paulo.

Consumo regido por valores nascidos com as primeiras vitrines na Paris do final do século XVII, que estimularam o hábito de “sair para fazer compras”, transformado em prazer. Valores que se metamorfosearam desde o surgimento da dinâmica da moda moderna, na “Cidade Luz”, em meados do século XIX, onde a alta-costura regulou o gosto, encarnando a elegância de luxo, o chique refinado e a exclusividade, até os dias de hoje, marcados pelo culto à individualidade e originalidade, onde réplicas dos produtos de grife e da moda das passarelas são ofertadas às massas³.

² Série da BBC que teve cinco temporadas exibidas entre 1992 e 2003, além de episódios especiais como os que marcaram a celebração do aniversário de 20 anos do programa, exibidos entre dezembro de 2011 e julho de 2012.

³ Sobre a questão da cópia na moda e lojas *fast-fashion*, ver palestra de Johanna Blakley (2010), na conferência TEDxUSC 2010.

1 SOCIOLOGIA DA DISTINÇÃO

O desejo de moda difundiu-se paralelamente ao crescimento da oferta de bens e de informação. A indústria expandiu-se, especializando-se e segmentando-se, passando a atender os mais variados públicos. Hoje, criam-se “modas” para todo tipo de consumidor.

Originada na exclusividade da *haute couture*, caracterizada pela confecção laboriosa de peças sofisticadas e únicas e disseminada através do *prêt-à-porter*, onde a criação se desvincula da produção sob medida, a moda parece ter atingido o auge de sua efemeridade no advento da *fast-fashion*, literalmente a “moda rápida” e, portanto, descartável. *Fast-fashion* à qual se renderam inclusive os grandes criadores⁴, que atualmente, colaboram com grandes magazines no desenvolvimento de coleções especiais, popularizando a criação, que historicamente era exclusiva à nobreza e à aristocracia.

Considerando essa liberdade relacionada não apenas ao vestuário, mas à aparência dos indivíduos em um sentido mais amplo, Lipovetsky afirma: “A moda deve ser pensada como instrumento da igualdade de condições” (LIPOVETSKY, 2009, p.46). Ao lado dos ideais burgueses, disseminados na era industrial, e da ruptura dos sistemas de classes fechados, ela contribuiu para a revolução democrática, através da qual as oportunidades tornaram-se disponíveis a todos. O homem liberta-se das convenções e determinismos, conquistando sua autonomia, tornando-se dono de seu destino; senhor de si e de sua aparência.

Um novo espírito nasce dentro da nova ordem, que não mais condena os indivíduos às condições impostas por sua origem, pelo nascimento. Diferentemente de seus ancestrais, o homem contemporâneo tornou-se livre para se transformar naquilo que quiser —uma vez que oportunidades lhe são oferecidas— e para se vestir como quiser.

Ao longo da história, a indumentária praticamente constituiu uma declaração que evidenciava e reforçava a separação das pessoas dentro das sociedades. O modo de vestir condizia claramente à posição do indivíduo; posição essa que era fixa dentro do imobilismo social, o que perdurou até o século XVIII. Conforme aponta Roland Barthes:

⁴ O exemplo mais emblemático é o de Karl Lagerfeld, diretor criativo da *maison* Chanel, conhecido como o *kaiser* (imperador) da moda, que desenvolveu coleções para a rede sueca H&M (2004) e para a cadeia de lojas de departamentos americana Macy’s (2011) (EFE, 2011).

[...] mudar de vestes era mudar ao mesmo tempo de ser e de classe, pois ambos se confundiam. [...] Havia então uma verdadeira gramática do vestuário, que não se podia transgredir sem atentar contra uma ordem profunda do mundo (BARTHES, 2005, p. 344-345).

É possível encontrar diversos exemplos do uso regulado da vestimenta, inclusive por meio de decretos. Houve restrições quanto ao uso de cores (como o vermelho, cujo uso foi exclusivo a autoridades e nobres em momentos diversos da história), materiais (o emprego de prata e seda pelos religiosos da ordem beneditina foi proibido por um mandato em 1363), formas (o comprimento dos bicos dos calçados, durante o reinado de Eduardo III, na Inglaterra do século XIV, era regulado por um diploma legal que considerava o status social) etc. (LAWLOR, 1996, p. 52-58). Embora alguns desses decretos tivessem motivação moral, buscando coibir a ostentação e o desperdício, Gilda de Mello e Souza considera que “a maior parte das leis suntuárias atesta a intenção, entre os reis que as editavam, de manter as distinções de classe sobre as quais a sociedade repousava” (SOUZA, 1987, p. 47).

Ocorrem transformações drásticas quando a Revolução Francesa rompe com o sistema social estático, de divisões intransponíveis, no qual a posição do homem estava sujeita ao nascimento, permitindo-lhe mudar de condição social através de suas habilidades e qualidades pessoais. São transformações que se refletirão também na indumentária.

A partir do momento em que se torna possível aos indivíduos das classes baixas subir de nível, atingindo o patamar das classes altas, estas criam mecanismos de “defesa”, de autopreservação. A partir do momento em que os indivíduos das classes inferiores passam a se vestir da mesma forma que os das classes superiores, os integrantes destas buscam novas maneiras de se vestir, de se portar, enfim: alguma forma de distinção (BARTHES, 2005, p. 345-347).

Assim, Souza explica a origem do ciclo no qual designers de moda passam a lançar novidades para as classes dominantes, que serão posteriormente imitadas pelas classes posicionadas abaixo delas, movidas pelo desejo de ascensão social. Conforme aumenta a rapidez com a qual a massa absorve as criações inicialmente exclusivas, aceleram-se as mudanças, estabelecendo o ritmo da moda que conhecemos hoje: a moda que se renova a cada estação (SOUZA, 1987, p. 138-141).

Formulada ao final do século XIX, a teoria da distinção social sustenta os estudos de sociólogos como Georg Simmel, Gabriel Tarde e Veblen Thorstein sobre a moda na era do capitalismo industrial e permanece no centro dos debates teóricos sobre moda por praticamente um século (CRANE, 2009, p. 10-12).

Avesso à redução do problema da moda à questão da distinção ligada à desigualdade de classes, Lipovetsky investiga o fenômeno exaustivamente, a fim de estabelecer suas origens históricas, mecanismos de formação de valores e relações de influência cultural, social e comportamental.

O filósofo não ignora a manifestação das rivalidades entre classes no ato de se vestir. Reconhece que a moda seja um “dispositivo que conjuga mimetismo e individualismo” (LIPOVETSKY, 2009, p. 49). Entretanto, não se limita a esses fatores para explicar sua mutabilidade, tal qual fazem Souza e outros teóricos da moda como John Carl Flügel, René König e Pierre Bourdieu⁵ —cuja obra *A Distinção: crítica social do julgamento* também compõe o referencial teórico deste estudo.

O mimetismo de moda identificado por Lipovetsky é “seletivo e controlado”, podendo atuar em níveis variados de intensidade, que vão desde o acompanhamento fiel às adaptações. A imitação dos modelos aristocráticos pelas classes inferiores nem sempre se dá através da cópia literal. Os valores são filtrados e, muitas vezes, remodelados segundo os critérios próprios de cada classe (LIPOVETSKY, 2009, p. 46-47).

É incontestável que a moda se diferenciou em função das classes e dos estados, mas apreendê-la tão somente nesses termos deixa escapar uma dimensão essencial do fenômeno: o jogo de liberdade inerente à moda, as possibilidades de nuances e gradações, de adaptação ou de rejeição das novidades. Instituição que registra em sua ordem as barreiras rígidas da estratificação e dos ideais de classes, a moda é, contudo, uma instituição em que se podem exercer a liberdade e a crítica dos indivíduos. [...] A moda como sistema é que é inseparável do “individualismo” —em outras palavras, de uma relativa liberdade deixada às pessoas para rejeitar, modular ou aceitar as novidades do dia—, do princípio que permite aderir ou não aos cânones do momento. Para além do inegável conformismo dos comportamentos e das diferenças de classe, o parecer desprende-se da uniformidade tradicional [...] (LIPOVETSKY, 2009, p. 47).

⁵ O autor apresenta algumas dessas teorias, apoiadas nos conflitos entre classes (LIPOVETSKY, 2009, p. 59-61).

Ao contrário de Souza, que vê a aceleração das renovações na moda como reflexo da rapidez crescente com que os símbolos de distinção são imitados (SOUZA, 1987, p. 138-141), Lipovetsky acredita que a mudança de moda deve provir de outro fator, justificando: “A própria rapidez das variações contradiz essa tese; no mais das vezes, as novidades andam muito mais depressa que sua vulgarização [...]” (LIPOVETSKY, 2009, p. 60). Ele ainda acrescenta:

As estratégias de distinção social esclarecem, sem nenhuma dúvida, os fenômenos de difusão e de expansão da moda, não o móvel das novidades, o culto do presente social, a legitimidade do inédito. [...] As teorias da distinção não elucidam nem o motor da renovação permanente nem o advento da autonomia pessoal na ordem do parecer (LIPOVETSKY, 2009, p. 62).

Este elemento primordial, motor da moda consumada (como processo que passa a reger a sociedade de consumo, por meio da sedução), seria a exaltação “moderna” do “Novo”, associada à dignificação da individualidade humana. Através da valorização do “Novo”, a moda traria consigo um princípio fundamental: o rompimento das barreiras impostas pela continuidade ancestral.

A turbulência da moda depende menos das ameaças que se exercem sobre as barreiras sociais do que do trabalho contínuo, inexorável mas imprevisível, efetuado pelo ideal e pelo gosto das novidades próprios das sociedades que se desprendem do prestígio do passado (LIPOVETSKY, 2009, p. 60-61).

Dessa maneira, a moda surge como um ato de liberdade em relação ao passado, à tradição ancestral e à imutabilidade. Ela é a materialização da possibilidade de mudança. A mudança, que outrora inspirava temor e desconfiança, dentro de uma lógica de imobilidade social e cultural, finalmente —com as transformações que acompanharam a ascensão da burguesia no século XIX— adquire legitimidade. Lipovetsky considera que tal inversão de valores deve ser relacionada:

[...] ao reconhecimento do “direito” dos particulares de diferenciar-se, de singularizar sua aparência, portanto, de mudar. [...] instituiu-se um novo relacionamento social com o movimento: a legitimidade da renovação e do presente social combinou-se com o advento da lógica individualista-estética como lógica da diferença e da autonomia (LIPOVETSKY, 2009, p. 69).

Por outro lado, os mesmos ideais burgueses, que proporcionaram a autonomia dos indivíduos e o “direito” à mudança e à singularização, trouxeram, ao consagrar a “ideologia igualitária” —através da legitimação dos princípios do esforço, da economia, da ponderação, da democracia e da igualdade—, a uniformização das aparências, que se torna marcante no traje masculino escuro, austero e praticamente padronizado (LIPOVETSKY, 2009, p. 105). Conforme reconhece Lipovetsky:

Excesso de extravagâncias para um pequeno número, discrição crescente da massa. Tudo é admitido e, no entanto, a rua parece apagada, sem grande originalidade; às “loucuras” dos criadores corresponde a monotonia da aparência cotidiana —tais são os paradoxos da moda aberta no próprio momento em que são exaltados o look e a fantasia desenfreada (LIPOVETSKY, 2009, p. 178).

Tal homogeneização seria entendida pelos pensadores da extração marxista, como Max Horkheimer, Theodor Adorno e Walter Benjamin, intelectuais da Escola de Frankfurt e críticos da sociedade de massa e da indústria cultural, por um ângulo completamente diferente. A suposta sociedade composta por indivíduos autônomos e livres e regida pela ideologia igualitária constituiria na verdade uma massa despersonalizada, vítima do capitalismo, onde o desejo pelo “Novo” obedece à nova lógica de circulação das mercadorias.

Representando essa linha teórica, Olgária Matos comenta como a permanência do homogêneo é recriada principalmente pelos meios de comunicação, pela indústria cultural totalitária, apontando a desrealização e a despersonalização como “o advento de uma alteridade máxima que é a da sociedade de massa” (MATOS, 2006, p. 76). Sociedade na qual a manipulação das consciências e o controle das massas se dão através da sedução.

Matos explica que, para Benjamin, “a assimilação dos valores de consumo e a aquisição de bens materiais pela sociedade de massa constituem um poderoso redutor do dinamismo do pensamento” (MATOS, 2006, p. 68). Com relação aos pensamentos de Adorno e Horkheimer, diz:

[...] na massa desaparece a autodeterminação, não há o exercício da crítica, da faculdade de julgar. O pensamento único é o do mundo da uniformidade, da unanimidade, para o qual quem pensa opõe resistência, devendo ser tratado como traidor (MATOS, 2006, p. 76).

Assim, tal corrente vê a busca do prazer na modernidade, que se manifesta, entre outras formas, na exaltação do mercado, na tentativa de realização através do consumo e na fetichização da mercadoria, como mecanismo de alienação.

Se a mercadoria-fetice pode, por um lado, “reencantar” o mundo ao reinvesti-lo de aspectos míticos, místicos, sagrados e proféticos, por outro, é responsável justamente pelo contrário sob o ponto de vista intelectual e existencial: o “desencantamento do mundo”, conforme denominado por Max Weber —cujas ideias foram incorporadas, em parte, pela assim chamada Teoria Crítica (MATOS, 2006, p. 71).

Ciente de tais críticas, Lipovetsky defende que: “O momento terminal da moda não coroa a alienação das massas, é um vetor ambíguo mas efetivo da autonomia dos seres, e isso pela própria heteronomia da cultura de massa” (LIPOVETSKY, 2009, p. 16-18). Explica:

Primeiros paradoxos de nossas sociedades: quanto mais a sedução se manifesta, mais as consciências aderem ao real; quanto mais o lúdico prevalece, mais o ethos econômico é reabilitado; quanto mais o efêmero ganha, mais as democracias são estáveis, pouco dilaceradas em profundidade, reconciliadas com seus princípios pluralistas (LIPOVETSKY, 2009, p. 15).

Diante desses paradoxos e considerando a estreita relação entre moda e *show business*, a influência que as estrelas exercem sobre o público em geral e o impacto causado por seu figurino, buscaremos em *Sex and the City* —como produto dessa indústria cultural—, nas relações de consumo que retrata, na interação de seus personagens e nas escolhas de seu guarda-roupa, manifestações do culto à individualidade e à originalidade, do mimetismo e dos mecanismos de diferenciação dentro das classes, a fim de identificar como os crivos distintivos se configuram na atualidade.

2 MULHERES, A CIDADE E A MODA

O impacto cultural exercido por *Sex and the City* é amplamente reconhecido. Seja suscitando discussões relacionadas ao pós-feminismo, seja influenciando públicos diversos, que vão além da audiência à qual foi originalmente destinada, a série foi aclamada e criticada fervorosamente, tanto nos círculos acadêmicos quanto nos populares.

Entre os intelectuais que o tomaram como objeto de estudo, Deborah Jermyn, acadêmica do departamento de estudos de cinema e televisão da University of Roehampton, em Londres, considera o programa um marco na história da televisão, não apenas por suas inovações narrativas, temáticas e estéticas, mas principalmente por ter rompido os limites da mídia televisiva, repercutindo na vida fora da TV (JERMYN, 2009, p. 4-5).

Baseada no livro homônimo de Candace Bushnell e idealizada por seu produtor executivo, Darren Star, *Sex and the City* estreou na HBO americana em 6 de junho de 1998 e, durante os seis anos de exibição e suas posteriores retransmissões em diversas redes ao redor do mundo, angariou legiões de fãs, causou polêmica, influenciou comportamentos, lançou tendências e foi comentada em todo tipo de mídia, conquistando seu espaço não somente na televisão, mas também no imaginário contemporâneo.

No Brasil, o programa foi exibido inicialmente na HBO (2002-2004), seguido pelo canal Multishow, onde se tornou popular e ganhou também uma versão “*light*”, sem cenas de sexo, e atualmente é transmitido pelo TBS muitodivertido —tendo também passado por outros canais, como Rede 21, Fox e FoxLife.

Após o lançamento dos filmes subsequentes, a série ainda continua viva não apenas por meio das retransmissões na TV, mas também através de exibição *online* e para *download* no site oficial da HBO, em fóruns de discussão e em comunidades espalhadas pela Internet⁶, além do merchandising disponível em lojas físicas e virtuais —que inclui DVDs individuais de cada temporada, pacotes com a série completa, edições de luxo (que podem incluir os filmes, livros ou até mesmo

⁶ Exemplificamos com o fórum de discussão do site oficial da HBO e a significativa presença de grupos e aplicativos dedicados à série, em diversos idiomas, no site de relacionamentos Facebook —entre os quais frequentemente encontramos citações de falas das personagens (FORUMS..., [1998?]; SEX and the city, 2012).

perfume), camisetas, cosméticos, *skins* para laptop e telefones celular etc.⁷— e serviços como *tours* pelas locações em Nova York.

Sex and the City tem como fio condutor a vida de quatro amigas solteiras, independentes, belas e bem-sucedidas, que vivem em Manhattan e, assim como grande parte das mulheres de nossa sociedade, encontram-se expostas às agruras do campo afetivo, à ditadura dos padrões de beleza, que priorizam magreza e juventude, e ao fascínio dos objetos de consumo, principalmente roupas e calçados de grife. A cada episódio, as experiências que compartilham transformam-se em inspiração para os artigos escritos pela protagonista Carrie Bradshaw, vivida pela atriz Sarah Jessica Parker, para sua coluna de jornal semanal, *Sex and the City*.

Assim como a personagem, Candace Bushnell também contribuía para um jornal, o *New York Observer*, onde manteve uma coluna de sucesso em meados dos anos 1990. O livro, publicado em 1996, foi resultado dessa coluna, reunindo alguns dos artigos onde a autora tratava da vida da elite de Manhattan, da qual ela própria fazia parte.

Entretanto, não se trata de uma adaptação fiel. Jermyn considera que a versão televisiva de *Sex and the City* manteve o glamour e a realidade competitiva do universo retratado, mas substituiu o cinismo e o tom sombrio do livro por um viés mais humorístico. Em suas palavras:

A picante coluna de Bushnell, assim como seus livros posteriores, Four Blondes (2000) e Trading Up (2003), era brutalmente direta com respeito ao implacável mundo de encontros que as mulheres “de uma certa idade” enfrentavam em Nova York, expondo o glamour superficial e a futilidade de seus estilos de vida, alimentados, na realidade, pela escuridão, medo e desolação (JERMYN, 2009, p. 17, tradução nossa).

O formato resultante dessa adaptação, considerado frívolo por alguns, e a forma explícita como as amigas conversam sobre sexo estão entre os principais fatores que levaram a série a ser atacada com tanta veemência. Se, por um lado, *Sex and the City* era apontada como “o primeiro épico feminino global” (WOLF, 2003), ao abordar questões relevantes sobre a situação das mulheres em nossa sociedade, por outro, era acusada de “feminismo *light*” (BUNTING, 2001), apresentando tais questões em um mundo idealizado e tratado-as apenas

⁷ Uma amostra de tais produtos pode ser encontrada na loja virtual da HBO (SEX and the City store, [1998?-]).

superficialmente, uma vez que suas personagens, apesar de se declarem mulheres independentes, ainda mantinham os homens como o tema central de suas vidas.

De fato, todas as quatro personagens vivem o dilema da mulher pós-emancipação: conquistaram seu lugar no mundo dos negócios e na sociedade, mas não conseguem abolir o fator masculino de suas vidas. Seja sonhando com o casamento, como a romântica marchand Charlotte York (interpretada por Kristin Davis), seja constantemente reafirmando seu desprezo pelos homens e pelos relacionamentos em geral, como a racional advogada Miranda Hobbes (interpretada por Cynthia Nixon), seja desejando-os apenas para satisfação sexual, como a insaciável relações-públicas Samantha Jones (Kim Cattrall), ou, ainda, ansiando que o amado assuma a relação, como a protagonista Carrie.

Como demonstra Márcia Rejane Messa em sua pesquisa sobre *Sex and the City* e o pós-feminismo, por mais que a série procure retratar as mulheres como poderosas donas de seu destino, ao fim, elas revelam-se ainda vítimas de uma sociedade patriarcal —pois o encontro de um par é apresentado como condição para a felicidade—, que as obriga a constantemente justificar suas escolhas, quando estas não equivalem aos valores tradicionalistas (MESSA, 2007). Quando Samantha exalta: “Nós temos tudo!”⁸, sabemos que não é bem assim, afinal acompanhamos as frequentes queixas das personagens sobre suas insatisfações cotidianas.

O que *Sex and the City* nos traz é a reivindicação feminina do direito de escolha. Da liberdade da mulher de escolher o rumo que deseja dar à sua vida, sem ser submetida a questionamentos: de ser mãe, profissional ou ambos; de ser solteira, casar-se na igreja, divorciar-se ou viver com um companheiro ou uma companheira; de recorrer ao aborto diante de uma gravidez indesejada ou optar pela adoção quando impossibilitada de gerar seus próprios filhos; de ter quantos parceiros sexuais desejar; de gastar seu dinheiro como bem entender.

É principalmente nesse sentido que o programa se relaciona com o que alguns chamam a terceira onda do feminismo. Emergida no início da década de 1990, ela envolve mulheres que, nascidas em um mundo que já conhece o movimento feminino, têm o feminismo como um direito garantido (HENRY, 2004, p. 65-66). Ao herdarem os benefícios trazidos por suas conquistas, resta-lhes agora escolher dentre todas as oportunidades que lhes são oferecidas.

⁸ *All or nothing* (SEX and the City collection, 2011, temporada 2, disco 2, episódio 10, 03:04 min).

Astrid Henry, professora da faculdade americana Saint Mary's, em Indiana, que se dedica aos estudos femininos, aponta: "Ao invés de descartar o feminismo como algo desnecessário ou ultrapassado, como fazem muitas de suas semelhantes, esse grupo de mulheres começa a redefini-lo através da perspectiva de sua própria geração" (HENRY, 2004, p. 66, tradução nossa). Assim, esse novo movimento é marcado pela busca do individualismo, a fim de abranger toda a complexidade feminina, com suas diferenças e necessidades específicas, rejeitando uma identidade única e universal, e por uma nova relação com a sexualidade, caracterizada pela livre expressão e exploração⁹.

Nesse estágio, após a conquista definitiva dos mesmos direitos dos homens, quando a reafirmação da igualdade entre os sexos se faz desnecessária (ao menos teoricamente), as mulheres podem reincorporar as diferenças, podem "usar sua liberdade 'feminista' de escolha para abraçar a feminilidade tradicional" (GILL, 2007, p. 243, tradução nossa), sem ter que enfrentar o preconceito de serem rotuladas como "mulherzinhas". A apreciação e o desejo pelos elementos que constituem esse universo (como os produtos da moda), são legitimados e a elas é concedido o direito de consumir¹⁰.

Alinhada a esse *zeitgeist*, *Sex and the City* foi acompanhada pelo fenômeno da literatura para garotas (a "*chic lit*"), que engloba, entre outros, *Os delírios de consumo de Becky Bloom*, de Sophie Kinsella (2001), *O diário de Bridget Jones*, de Helen Fielding (2001), e *Ele simplesmente não está a fim de você*, de Greg Behrendt e Liz Tuccillo (2005) —membros da equipe de *Sex and the City*, que pegaram carona no sucesso da série—, títulos que também ganharam adaptações para o cinema.

Ainda dentro deste contexto, cabe notar a dívida da temática feminina de *Sex and the City* —que não é exclusiva da atualidade— para com a tradição, principalmente aquela constituída por heranças literárias e televisivas.

⁹ Em termos gerais: a primeira onda feminista surgiu no século XIX, com a reivindicação da cidadania, do direito ao voto, que foi concedido às mulheres do Reino Unido em 1918 e às brasileiras em 1932; a segunda onda ocorreu nos anos 1970, contra a dominação social do homem sobre a mulher, defendendo o direito sobre o seu corpo e lutando contra todas as formas de dominação, incluindo a violência contra a mulher (SIQUEIRA, 2012, p.25-26).

¹⁰ Conforme indica Pedro Luiz Ribeiro di Santi, o consumo não deve ser encarado como um termo pejorativo; é o consumismo que constitui a patologia (informação verbal fornecida no painel *Café lacaniano: objeto de desejo, objeto de consumo*, realizado na Livraria da Vila, em São Paulo, em 26 nov. 2011).

No que diz respeito à literatura são evidentes referências a duas obras: o romance de Theodore Dreiser de 1900 intitulado *Sister Carrie* —cuja heroína, Carrie Meber, assim como Carrie Bradshaw, é uma *flâneuse* apaixonada pela cidade grande e mulher solteira “cética de que a vida doméstica, a vida de casada, possa satisfazer todas as suas necessidades” (NELSON, 2004, p. 84, tradução nossa)—; e o *bestseller* “feminista” de Helen Gurley Brown, *Sex and the Single Girl* (1962) (JERMYN, 2009, p. 13).

Quanto aos precursores televisivos, destacam-se *The Mary Tyler Moore Show* e *Rhoda*, na década de 1970, e *As Supergatas*, de meados dos anos 1980. Dos dois primeiros, herdou a tradição temática das comédias feministas, chegando a contar com a participação de Valerie Harper —atriz que interpretou a personagem Rhoda em ambos os programas—, como uma famosa diretora de documentários feministas e mãe de um dos namorados de Carrie, por quem ela sentia forte afinidade¹¹, e das *Supergatas*, a amizade entre amigas como tema central do programa (JERMYN, 2009, p. 44-45). Kera Bolonik e Jennifer Griffin do *New York Times* consideram os paralelos entre os programas evidentes ao ponto de cada uma das quatro personagens de *Sex and the City* encontrar sua equivalência em *As Supergatas*, mas indicam uma interessante diferença, qual seja, aquilo que representa um medo constante para Carrie e companhia é uma realidade para *As Supergatas*: envelhecer sem um homem ao seu lado (BOLONIK; GRIFFIN, 2013). Resta-nos indagar se as mulheres de *Sex and the City* teriam a mesma desenvoltura e bom-humor diante de tal destino.

A intertextualidade com o cinema também é perceptível em diversos momentos, seja na fala das personagens (“Bem-vinda à ‘época da não-inocência’.”¹², por Carrie, no episódio de estreia), seja nos títulos dos episódios (*Quatro mulheres e um funeral*¹³) ou nas tomadas externas de Nova York.

Entretanto, a relação de *Sex and the City* com a sétima arte não fica restrita às citações. Conforme declara Darren Star, a série foi concebida à semelhança de um filme, e não como um programa de TV (STAR, 2001 apud JERMYN, 2009, p. 21). Partindo da escola da rede HBO —que Star associava essencialmente à transmissão de filmes e, segundo Neil Smith, jornalista especializado em

¹¹ *Shortcomings* (SEX and the City collection, 2011, temporada 2, disco 3, episódio 15).

¹² *Sex and the City* (Ibid., temporada 1, disco 1, episódio 1, 03:36 min).

¹³ *Four women and a funeral* (Ibid., temporada 2, disco 1, episódio 5).

entretenimento, era tida como TV “de qualidade” e de vanguarda, oferecendo grau de liberdade criativa raro na televisão por assinatura (SMITH, 2004)—, foi principalmente em termos estéticos que a série conseguiu “confundir a fronteira entre cinema e televisão” (STAR, 2001 apud JERMYN, 2009, p. 21, tradução nossa). A cuidadosa produção manteve-se atenta a cada detalhe, desde figurino, locação, composição, iluminação e *mise-en-scène* a todo o material de merchandising (JERMYN, 2009, p. 22). Convém também citar a escolha da captura em película, ao invés da gravação em vídeo.

Classificada como comédia, apesar do significativo conteúdo dramático, *Sex and the City* diferenciou-se dos demais programas do gênero em diversos aspectos, fugindo do formato típico das *sitcoms* (*situation comedies*), como intencionava Star: grande parte das cenas foi filmada em locações reais —diferentemente de *Seinfeld* e *Friends*, por exemplo, que, apesar de terem Nova York como cenário, eram gravadas em estúdios em Los Angeles—, a captura de imagens foi realizada com uma única câmera e, conforme mencionado anteriormente, em película (como um filme) —ao invés do conjunto de quatro câmeras tradicionalmente adotadas nas *sitcoms* e gravação em vídeo—, a plateia e a trilha com gargalhadas foram dispensadas (SOHN, 2004, p. 14), e o ritmo era sensivelmente mais acelerado, com câmeras em movimento e mais de trinta cenas por episódio (KING, 2004 apud JERMYN, 2009, p. 22).

Em que pesem suas heranças, a série também conseguiu criar identidade própria, como exemplificam linguagens que vieram a se transformar em sua assinatura: as cenas “*chat-and-chew*” (conversar e mastigar), onde as discussões entre as quatro amigas ocorrem durante *brunches* e coquetéis; e as cenas “*think-and-type*” (pensar e digitar), com Carrie diante do laptop, escrevendo enquanto se interroga sobre a questão abordada na semana (SOHN, 2004, p. 102-103).

Conforme mencionado anteriormente, o programa também apresentou uma relação muito particular com a moda. O esmero da produção refletiu-se, entre outros detalhes, em figurinos “fabulosos”¹⁴. Figurinos estes que se revelaram uma das grandes atrações de *Sex and the City*, tendo sido apontados como um dos principais motivos que levaram grande parte da audiência a assistir o programa (BRUZZI; GIBSON, 2004, p. 129).

¹⁴ Referência a um dos jargões da série: *fabulous*, palavra típica do vernáculo gay e uma entre tantas influências trazidas do universo homossexual (JERMYN, 2009, p. 64).

O primeiro episódio, em que a protagonista nos apresenta as sandálias de tiras de Manolo Blahnik¹⁵, já prenuncia: a moda se fará presente sempre que houver uma oportunidade. E o designer será uma das figuras mais recorrentes entre tantas alusões que o programa viria a fazer ao mundo da moda, pois suas criações são a grande paixão de Carrie Bradshaw.

O conteúdo dos sites oficiais ilustra a relevância da moda dentro da produção. No portal da HBO, parte significativa da página de apresentação de cada uma das protagonistas é dedicada à descrição de seu estilo (sua forma de adotar a moda), quase todos os episódios apresentam os créditos dos vestuários usados por elas, e a seção dos bastidores (*Inside*) traz apresentações de imagens legendadas com a seleção dos melhores *looks* (na terminologia da moda: os trajes resultantes da composição de diversas peças de roupa) de cada uma das personagens e um vídeo de uma mesa redonda onde Michael Patrick King (também produtor executivo da série) e roteiristas comentam a moda no programa. Já o site de divulgação do filme *Sex and the City 2* apresenta um “*closet*” com indicações das grifes que assinam certas peças do figurino, convidando-nos a “comprar o *look*”. Além disso, as versões em DVD de ambos os filmes incluem comentários sobre o figurino como conteúdo extra¹⁶.

No último mês de exibição, por ocasião do término da série, um leilão *online* ofereceu uma seleção de peças do guarda-roupa das heroínas, em prol da biblioteca pública de Nova York e programas beneficentes por elas escolhidos, sendo que, alguns meses depois, centenas de mulheres disputaram peças remanescentes do figurino, em uma venda especial organizada por uma boutique de Nova York.

O guarda-roupa de *Sex and the City* foi amplamente comentado¹⁷, principalmente em revistas femininas —onde além de figurar como objeto de matérias e sessões diversas, foi usado como inspiração para a produção de

¹⁵ *Sex and the City* (SEX and the City collection, 2011, temporada 1, disco 1, episódio 1, 04:16 min).

¹⁶ *Sex and the City: o filme* traz *A moda fabulosa de Sex and the City*, e *Sex and the City 2* comenta o trabalho de figurino para os *flashbacks* das personagens, em *Revisitando os anos 80* (SEX and the City: o filme, 2008, Extras; SEX and the City 2, 2010, Informações Especiais).

¹⁷ Em seu texto sobre a relação entre a série e a imprensa de moda, *Sex and the City: a fashion editor's dream?*, Anna Köning (2004, p. 130-143) reúne diversos exemplos da mídia britânica. Exemplos adicionais, pesquisados na mídia nacional, constam na lista de referências desta dissertação.

editoriais de moda que exploravam os diferentes “estilos” das personagens¹⁸—, e não deixou de gerar controvérsia. Houve quem compartilhasse a empolgação dessas publicações, identificando nos *looks* de Carrie dicas certeiras para a estação (FLETT, 2002), e aqueles que a julgavam “incapaz de se vestir” (FRANKLIN, 1998, p. 75), dona de um “estilo sem sentido”¹⁹ ou uma “árvore de Natal” (BERGAMASCO, 2010). Mais recentemente, com o lançamento das sequências cinematográficas, o figurino de *Sex and the City* voltou à pauta, chamando atenção principalmente pelo alto luxo e as cifras envolvidas —e, como era de se esperar, foi tanto aclamado quanto repudiado—, e a expectativa em torno do vestuário da nova série, *The Carrie Diaries*²⁰, sobre a adolescência de Carrie Bradshaw, testemunhou seu legado “*fashion*”.

Da mesma maneira que é um prato cheio para a imprensa especializada, a franquia explora astutamente “o potencial de converter leitoras em expectadoras” (KÖNIG, 2004, p. 139).

Em um casamento lucrativo, a indústria da moda e o programa beneficiaram-se mutuamente com a projeção alcançada através do figurino. Ao passo que a série se transformou em uma importante vitrine, onde a moda aparentemente adequada apenas para as passarelas era validada ao aparecer pelas ruas de Nova York no corpo das personagens (mulheres belas, inteligentes e independentes), o acesso da produção do programa aos acervos dos grandes estilistas cresceu imensamente (KÖNIG, 2004, p. 138).

Sex and the City inspirou inúmeras tendências de moda internacionais — como o colar com o nome da usuária, a baguete (pequena bolsa retangular com alça curta, que é levada debaixo do braço, como os franceses costumam carregar o pão tipo baguete) Fendi e, mais recentemente, os óculos espelhados exibidos no último filme— e incitou o consumo até mesmo de peças extravagantes, como a bolsa em forma de cabeça de cavalo, cuja aparição relâmpago²¹ rendeu à designer

¹⁸ Dois exemplos podem ser encontrados no site brasileiro Chic (GOLDSCHMIDT, 2010) e na revista portuguesa Máxima (CARTER, 2008, p. 132-139).

¹⁹ No trocadilho do inglês: “*Carrie Bradshaw's fashion sense may not make sense to everyone*” (SEX and the City clothes..., 2004).

²⁰ Baseada em outra publicação de Candace Bushnell e produzida pela Warner Bros. Television Group, a série estreou nos EUA em 14 de janeiro, no canal CW, e deve chegar ao Brasil através do canal Boomerang, em maio.

²¹ *The agony and the 'ex'-tacy* (SEX and the City collection, 2011, temporada 4, disco 1, episódio 1, 11:16-11:29 min).

Timmy Woods pedidos de mil exemplares no dia seguinte à exibição no programa (LAMBERT, 2001 apud MCCABE; AKASS, 2004, p.11).

Nas palavras do crítico de cinema Rui Pedro Tendinha, “mais do que uma série ou um filme, *Sexo e a Cidade* é uma marca. E uma marca que vende, desde *Cosmopolitans* [*drink* apreciado por Carrie] a sapatos e estilos de vida... ou estilos de sonho” (TENDINHA, 2008, p. 130).

A atuação de Patricia Field como figurinista da série —cujo reconhecimento concretizou-se no prêmio Emmy em 2002— a transformou em uma celebridade dentro do universo da moda, não apenas pela seleção de modelos assinados pelos grandes criadores da atualidade, mas também, e particularmente, por sua originalidade e senso de humor.

Dona de um estilo extravagante, que iniciou a carreira vendendo roupas para um público que incluía artistas e travestis, Field destacou-se pelo trabalho com a moda contemporânea, diferentemente de colegas atuantes em caracterizações de época ou fantásticas, comumente indicados às premiações. Transformando a moda das vitrines com uma habilidade singular para a combinação de peças e composição de *looks*, foi uma das precursoras e disseminadoras do estilo *hi-lo* (expressão composta pelas abreviações dos termos *high* e *low*, do inglês), que consiste na combinação de peças de grife com itens populares.

Há algum tempo as peças baratas já haviam ganhado uma nova significação, adquirindo o status de peças “garimpadas” —seja no grande magazine, na feira ou no brechó—, o que as permitiu ser exibidas com orgulho. Em seu estudo sobre a retórica do vestuário, Roland Barthes já tecia considerações sobre o “achado” ou “ideia feliz”:

[...] um “pormenor” é suficiente para transformar o sem-sentido em sentido, o fora-de-moda em moda, e, no entanto, um “pormenor” não custa muito dinheiro; por meio desta particular técnica semântica, sai do luxuoso e parece entrar numa prática do vestuário acessível aos “orçamentos” restritos; mas, ao mesmo tempo, sublimado pelo nome de achado, esse mesmo pormenor de baixo preço participa da dignidade da ideia: gratuito como a ideia, tão glorioso como ela, o pormenor consagra uma democracia dos rendimentos, continuando a respeitar a aristocracia dos gostos (BARTHES, 1999, p. 270).

Uma diferença importante a ser considerada quanto ao estilo *hi-lo* é que, nesse caso, o “pormenor” não é o poderoso agente da transformação do “sem-

sentido”, e sim objeto da legitimação operada pelas peças de grife ou “distintas” que o acompanham.

Assim, com uma visão de moda livre e inventiva, Patricia Field fugiu da seriedade e, através da mistura de peças de todos os tipos, do kitsch à alta-costura, encontrou a fórmula para o sucesso do guarda-roupa de *Sex and the City*.

Além de elemento crucial na elevação do programa ao status de bíblia de estilo (JERMYN, 2009, p. 30), Field também foi responsável pela consagração da protagonista como ícone da moda —título que foi concedido a Sarah Jessica Parker pelo Conselho de Designers de Moda dos Estados Unidos (CFDA, na sigla em inglês) em 2004. Embora o interesse pelo estilo da personagem tenha refletido na imagem da atriz, consideramos que é sobretudo a Carrie Bradshaw que se deve atribuir o título de verdadeiro ícone *fashion* nascido no programa. Após a consagração da série, Parker incursionou no mundo da moda com o lançamento de uma marca de roupas própria, a Bitten —composta por peças baratas e comercializadas pela rede Steve & Barry’s, em oposição ao glamour personificado na atriz—, e atuou como diretora criativa da Halston Heritage, além de estrear campanhas mundo afora²². Contudo, foi a Carrie que coube a introdução e popularização de nomes como Manolo Blahnik e Jimmy Choo; é ela, a fetichista por calçados por eles desenhados, a aficionada por moda, que reverencia as criações de grandes estilistas não apenas como “objetos de desejo”, mas também como verdadeiras obras de arte.

Se para Sarah Jessica Parker, que o declarou no programa de entrevistas de Larry King, a cidade de Nova York é a “quinta dama” da série (INTERVIEW, 2004), podemos considerar a moda sua “sexta dama”, dada sua presença marcante no roteiro: alusões contínuas das personagens —que vão da excitação diante de uma vitrine, desencadeada por uma peça de desejo, a reflexões como a comparação entre um casamento fracassado e uma bolsa de grife falsificada²³—; episódios que giram em torno da participação de Carrie em um desfile para a marca Dolce & Gabbana²⁴; a conquista do trabalho como colaboradora da *Vogue*²⁵; e o ensaio

²² Recentemente, a atriz foi fotografada para a campanha de inverno 2013 da marca brasileira Maria. Valentina.

²³ *Sex and another city* (SEX and the City collection, 2011, temporada 3, disco 3, episódio 14, 16:58 min).

²⁴ *The real me* (Ibid., temporada 4, disco 1, episódio 2).

²⁵ *A ‘Vogue’ idea* (Ibid., temporada 4, disco 3, episódio 17).

fotográfico que realiza para a revista vestida de noiva, no primeiro filme, por ocasião de seu casamento²⁶.

Stella Bruzzi e Pamela Church Gibson, acadêmicas da University of London e da London Fashion College, respectivamente, observam que através do uso espetacular da moda em *Sex and the City*, esta atua não como agente auxiliar à ação, mas como elemento autônomo, cuja priorização chega, em certos momentos, a ofuscar a narração (BRUZZI; GIBSON, 2004, p. 116).

Não é para menos, pois, como indicado, não se trata de uma moda qualquer. Em que pese a habilidade de Field nas composições *hi-lo*, as grandes marcas de luxo proporcionam um espetáculo à parte, principalmente em momentos como as “entradas teatrais *em masse*” (BRUZZI; GIBSON, 2004, p. 124) do quarteto.

A sequência de debute do programa, que mostra a digitação na tela do computador de Carrie, é seguida por uma tomada panorâmica (deslocamento de câmera que equivale ao movimento do olhar e à ação de girar a cabeça, podendo estar associado ou não, ao movimento chamado *travelling*, que corresponde ao deslocamento do corpo inteiro de maneira retilínea) de nada menos do que um conjunto de malas da tradicional marca de luxo francesa Louis Vuitton: objetos de moda de alto valor simbólico —e financeiro, naturalmente—, dignos de serem transformados em elementos de decoração, como o fez a jornalista e escritora Danuza Leão, que passou a exibir orgulhosamente suas três malas “maravilhosas” com cantoneiras e fechaduras em “dourado que parece ouro” como enfeites em sua sala, após a jornalista desistir de usá-las em viagens por serem pesadas demais —afinal, como demonstrado pelo atual diretor criativo da marca, Marc Jacobs, no desfile outono/inverno 2012/2013, ao qual compareceu Sarah Jessica Parker, foram concebidas para serem devidamente levadas por carregadores— e por terem se popularizado “mais do que é permitido suportar”, passando a ser portadas, em geral, por “pessoas de gosto mais que duvidoso” (LEÃO, 2008, p.11).

Definitivamente, a moda de *Sex and the City* caracteriza-se muito mais pelo *high* do que pelo *low*. Afinal, é em torno da alta roda de Manhattan que gira o programa e, justamente por oferecer indivíduos —mesmo que fictícios— inseridos nesse círculo privilegiado, *Sex and the City* fornece dados valiosos para a investigação das questões relativas à distinção na contemporaneidade e a maneira como ela é tratada nos produtos culturais.

²⁶ SEX and the City: o filme, 2008, 16:58-18:08 min.

3 FASCINAÇÃO E ESTEREOTIPIA

Por se tratar de um produto concebido para um canal de TV por assinatura, é claro que *Sex and the City* tenha ficado atrás de muitos programas da televisão aberta estritamente em termos de índices de audiência, mas, conforme aponta Jermyn, é justamente por ter sido exibida a um público restrito que o sucesso e a projeção alcançada pela série são particularmente significativos (JERMYN, 2009, p.7).

Ao lado do espetáculo da moda, veremos, com base na análise dos produtos monopolistas da cultura industrializada de Dieter Prokop, que outros fatores contribuíram para a sedução dos expectadores e para a expansão da série além dos limites da televisão a cabo e do segmento para o qual foi originalmente concebida.

Prokop é o maior expoente da corrente marxista antidogmática, que trouxe uma nova abordagem da crítica da Escola de Frankfurt, necessária diante da nova realidade capitalista do pós-guerra, incorporando as ideias de Benjamin, Adorno e Hebert Marcuse, mas também as contestando. Ao adotar uma postura crítica menos rígida, construiu o conceito de “produção cultural emancipatória”, acreditando na existência de momentos criativos entre os produtos do monopólio e considerando suas possibilidades progressistas.

O sociólogo alemão destaca como as produções são configuradas para diferentes públicos-alvo, em horários firmemente institucionalizados de acordo com preferências médias previamente identificadas, a fim de mantê-los “fixados nos meios de comunicação”, fascinados (PROKOP, 1986a, p.151), e explica que ao invés de reproduzir uma realidade objetiva, a produção cultural emancipatória deve provocar as massas articulando suas experiências “por meio do fantástico, do melodramático e do teatral...”, ou seja, por meio de imagens ricas, “que nos indivíduos, seja nos sonhos, seja no inconsciente —não-apropriadas pelas instituições—, guardam a lembrança de felicidade e de vida livre” (PROKOP, 1974 apud MARCONDES FILHO, 1986, p. 11).

O apelo estético e a produção meticulosa de *Sex and the City*, como programa feito para encher os olhos e atiçar a imaginação, potencializam a atração naturalmente exercida pelo estilo de vida nele apresentado. Ao trazer para a tela a Manhattan glamourosa e excitante, da noite efervescente, dos vernissages no Metropolitan, das primeiras filas dos desfiles de moda, das compras nas boutiques

de luxo da Quinta Avenida, dos corpos belos e jovens e das contas bancárias recheadas, proporcionando todo o fascínio e sedução inerentes aos ambientes frequentados pelos círculos privilegiados e inacessíveis ao público em geral, a série oferece a degustação de um estilo de vida que, conforme sugerido por Tendinha²⁷, aos “meros mortais” é permitido apenas sonhar.

[...] a fascinação tem sempre muitos sentidos [...] As belas pessoas em suntuosos oldtimers²⁸, com malas de couro e criados, em mansões e jardins maravilhosos —isto não é simplesmente ideologia. A fantasia vagueia alegre, mas de forma alguma inocentemente. O sentir-se bem na simbologia de status tem nos gestos, na postura da cabeça, nas palavras e nos olhares sempre algo da submissão sexual, do fascínio pela irresponsabilidade feliz, da leve destrutividade diante do próprio prazer. [...] Fascina a possibilidade de estar, por assim dizer, presente, pela imaginação, como partner, como companheiro dos poderosos [...] (PROKOP, 1986a, p.151).

Assim, a série envolve os espectadores na atmosfera regada a champanhe Veuve Clicquot²⁹, charutos Cohiba³⁰, bolsas Louis Vuitton³¹, relógios Cartier³², loafers (calçados tipo mocassim, mais estruturados) Prada³³, lençóis de algodão egípcio³⁴, passeios em limusines³⁵, festas regadas a caviar³⁶, brunches no Plaza³⁷ e figurinos “de passarela”. É pela fantasia que conseguem compartilhar desses prazeres, numa Nova York romântica, isenta de brutalidades, onde um assalto à personagem principal, por exemplo, é reduzido a mera piada, cuja maior consequência é deixá-la descalça pelas ruas, desolada por ter perdido um de seus queridos pares de Manolo Blahnik³⁸.

A relação entre o programa e as revistas femininas também revela outro tipo de fascinação que Prokop descreve como “uma concretude sem compromisso”, caracterizada pela teatralidade e pela “sensibilidade para a estética, para o melodrama, o luxuoso, as viagens, as excursões, o café e o mar”. Além da conexão

²⁷ Cf. p. 26.

²⁸ Automóveis dos tempos antigos reabilitados como antiguidades valiosas (N. do T.).

²⁹ *Secret sex* (SEX and the City collection, 2011, temporada 1, disco 1, episódio 6, 02:10 min).

³⁰ *Sex and the City* (Ibid., temporada 1, disco 1, episódio 1, 21:26 min).

³¹ *Frenemies* (Ibid., temporada 3, disco 3, episódio 16, 08:44 min).

³² *The Big time* (Ibid., temporada 3, disco 2, episódio 8, 12:26 min).

³³ *The cheating curve* (Ibid., temporada 2, disco 1, episódio 6, 07:44 min).

³⁴ *Valley of the twenty-something guys* (Ibid., temporada 1, disco 1, episódio 4, 17:14 min).

³⁵ *The power of female sex* (Ibid., temporada 1, disco 1, episódio 5, 17:04 min).

³⁶ *Twenty-something girls vs. thirty-something women* (Ibid., temporada 2, disco 3, episódio 17, 18:03 min).

³⁷ *Ex and the city* (Ibid., temporada 2, disco 3, episódio 18, 26:08 min)

³⁸ *What goes around comes around* (Ibid., temporada 3, disco 3, episódio 17, 04:27-05:22min).

trazida pela moda, foram apontados como frequentes os discursos típicos de tais publicações, caracterizados pelo “tom confessional”, pela “centralidade da sexualidade como chave para a expressão de identidade” e pelo “fetichismo das mercadorias” (BIGNELL, 2004, p. 164). Não por acaso, considerando-se que tanto Candace Bushnell quanto Cindy Chupack, uma das principais roteiristas da série, possui experiência como colaboradora de revistas femininas como *Mademoiselle* e *Glamour*.

Embora a exibição em uma rede como a HBO, descrita por Neil Smith como “o canal que transformou a TV” (SMITH, 2004), tenha proporcionado considerável liberdade criativa à produção do programa, é importante notar as diversas transformações que foram necessárias para adaptar o livro de Bushnell à mídia típica da cultura de massa. As personagens Miranda e Charlotte foram inseridas por Darren Star, e, conforme citado previamente, houve uma considerável mudança de tom em relação aos textos originais. De olho na audiência, os escritores optaram por uma adaptação mais leve e agradável, onde o cinismo e a melancolia do livro deram lugar a um viés mais humorístico, que substituiu o olhar crítico e ácido por uma caracterização frívola e caricata, conforme exemplificam as palavras de Michael Patrick King: “Para acompanhá-lo na sala de estar toda semana e com esse elenco, pensamos: ‘Tem que ficar mais leve. E sentimental. E também mais realista. E elas [as personagens] têm que ser engraçadas’” (KING, 2004 apud JERMYN, 2009, p. 17, tradução nossa).

Percebe-se assim como o conteúdo e o formato de *Sex and the City* foram moldados para atender à necessidade de entretenimento. “Esta predisposição existente nas sociedades, industriais, em virtude da estrutura e funções do trabalho e do lazer [...]” (PROKOP, 1986b, p.50). A beleza, o tom frívolo e a comédia contribuem para o divertimento dos receptores, possibilitando uma “ligeira ruptura do mundo rotineiro” (PROKOP, 1986a, p.151). Nesse mesmo sentido, em seu *Benjaminianas*, Olgária Matos nota que, na ótica de Frankfurt —que é a marxista—, a sociedade de mercado é a sociedade do espetáculo e, assim sendo, o “fetiche da mercadoria” não pode prescindir da “estética da mercadoria”, que excita o espectador (MATOS, 2010, p. 139).

Por outro lado, a inserção das personagens Miranda e Charlotte foi fundamental para proporcionar os debates ao redor dos quais se desenvolviam os capítulos. Ao englobar tipos femininos propositalmente tão diferentes, o quarteto

podia analisar as diversas questões que consomem as mulheres em geral, segundo pontos de vista bastante distintos. Star comenta a busca da produção por arquétipos femininos, definindo as personagens como: a “mulher trabalhadora”, Miranda; a “garota das regras”, Charlotte; a “mulher que atingiu a maioridade nos anos 70 e que encara o sexo de maneira livre”, Samantha; e Carrie, uma mulher que, de certa forma, poderia englobar todas as outras (STAR, 2004 apud JERMYN, 2009, p. 60).

O poder de identificação exercido pelas personagens sobre o público feminino é inegável, e a maneira como foi explorado fica explícita em enquetes publicadas em revistas femininas e sites, que ainda convidam cada mulher a descobrir sua(s) semelhança(s) com as personagens, sob títulos como “Quem é você em ‘Sex and the City?’” e “Qual personagem de SATC tem o mesmo estilo que o seu?”³⁹. A análise de suas personalidades chegou inclusive ao guia de autoajuda *The Mind Gym*, onde foram classificadas como: “a profissional” (Miranda); “aquela que cuida” (Charlotte), “a controladora” (Samantha) e “a adaptadora” (Carrie) (JERMYN, 2009, p. 60).

Entretanto, segundo Prokop, não se trata de mera identificação por parte do público, mas do reconhecimento de tipos familiares, construídos por meio de signos. Os signos, conforme empregados em sua teoria, constituem valores modais de fantasia, organizados por meio de estereótipos, e representam o objeto apenas superficialmente, ilustrando conceitos pré-definidos. Marcondes Filho explica, em sua introdução aos textos de Prokop, por ele organizados:

O signo, justifica Prokop, é importante na explicação teórica porque os meios de comunicação para as massas não difundem ideologias no sentido de “imagens de mundo”, mas representam, por meio de sua significação, valores afetivos sociais, que se encontram na sociedade de forma “modal”. Os conteúdos dos meios de comunicação não são estruturados segundo expectativas, mas conforme as opiniões relativas às “características sociais modais” da realidade social. A construção dessas características modais e as implicações de sentido dos conteúdos, às quais as expectativas devem sua caracterização, podem ser relacionadas claramente com as técnicas e oportunidades de venda dos meios de comunicação, altamente concentrados (MARCONDES FILHO, 1986, p. 20-21).

Citando Roland Barthes, em sua análise dos mitos do presente, Prokop explica que a construção sógnica “abole a complexidade dos atos humanos, lhes

³⁹ Alguns exemplos podem ser encontrados nos sites das revistas nacionais Claudia e Marie Claire e da Cosmopolitan britânica e InStyle americana (cf. webgrafia).

confere a simplicidade das essências, reprime toda e qualquer dialética, qualquer elevação para lá, do visível imediato, organiza um mundo sem contradições, sem profundidade...!” (BARTHES, 1964 apud PROKOP, 1986a, p. 169).

Ao destacar a maneira como as forças produtivas artísticas passaram a ser subordinadas aos estereótipos e modelos, apresenta como exemplos as construções sógnicas de dois estereótipos femininos: a *vamp* dos filmes das décadas de 1910 e 1920 e a “garota boa-má” (*good-bad girl*), que surge nos produtos de monopólio a partir da década de 1930. A primeira era a mulher fatal, problemática, que seduz o herói e depois o desilude e que, nas palavras do autor, “não é, certamente, nenhum caráter real, mas um estereótipo consistente, uma projeção de desejos masculinos —e também femininos— transformada em tipo” (PROKOP, 1986a, p.162). A segunda, um modelo oposto, a moça que à primeira vista gera suspeita, mas que, ao final, lhe permanece fiel.

De certa maneira, Samantha poderia ser relacionada à figura da *vamp*, como a sedutora, que não se deixa envolver por seus parceiros, substituindo-os por novas conquistas. Contudo, seu perfil melhor condiz com outro estereótipo, identificado por Jermyn na busca das origens e referências do programa: a “mulher indomável” (JERMYN, 2009, p. 45-52). O termo (*unruly woman*), cunhado por Kathleen Rowe, refere-se às personagens de comportamento extravagante, espirituosas e engraçadas, que não controlam seus desejos e desafiam as regras (ROWE, 1995 apud JERMYN, 2009, p. 46). Esse tipo personificado em Samantha resgata um modelo de longa tradição na cultura popular americana, encontrado em outras personagens da TV como Lucy Ricardo, protagonista de *I love Lucy* (1951-1957), Blanche, a senhora atrevida de *As Supergatas* (1985-1992), e até mesmo Miss Piggy, marionete de *O Show dos Muppets* (1976-1981), como bem notou Rowe.

Outro tipo feminino identificado por Jermyn é o da “mulher solteira na cidade”, que a protagonista compartilharia com a heroína do romance de Theodore Dreiser (*Sister Carrie*): a mulher solteira que encontra sua realização profissional e financeira na cidade grande (JERMYN, 2009, p. 12). Podemos considerar que as outras personagens da série também representam esse tipo, com exceção de Charlotte, que desde os primórdios de *Sex and the City* almeja o casamento, procurando em cada encontro o marido ideal.

Charlotte, a “garota das regras”, é também a representação da “boa-moça rica de berço”, presa às tradições e obediente às regras da boa conduta inerente à

sua posição social e educação. A feminilidade tradicional e conservadora reflete-se em seu vestuário, que em certos momentos nos traz a imagem retrô da “boa esposa e boa mãe” dos anos 1950. Conforme apontam Bruzzi e Gibson, goza do status social e econômico de protestante branca e anglo-saxã (*wasp*) encarnado por Grace Kelly e Jacqueline Kennedy Onassis (BRUZZI; GIBSON, 2004, p. 119-120). Não por acaso, a primeira-dama é apontada por Patricia Field como uma das referências usadas na construção do figurino da personagem (SEX and the City: o filme, 2008, Extras, 07:22 min).

Com sua paixão pela moda e veneração pelos criadores, Carrie também é um tipo conhecido: assim como a dupla de *Absolutely Fabulous*, Edina Monsoon e Patsy Stone, representa o estereótipo da “*fashionista*”. É a mulher que conhece a moda, podendo tanto se vestir de maneira invejável quanto se tornar vítima de escolhas duvidosas. Devido ao encanto por peças de grife, a dominação pelo consumismo é um risco iminente, que pode fazer do ato de comprar uma muleta emocional, ou do fetiche pelos objetos, um prejuízo às finanças. Exemplo disso é a ocasião na qual Carrie, sob o risco de perder o apartamento que aluga por não ter condições de comprar, se dá conta do volume de dinheiro que gasta com moda — principalmente calçados—, percebendo que a quantia é tão significativa, que poderia ajudá-la em tal momento de necessidade se ela tivesse economizado⁴⁰.

Durante seus encontros semanais, os arquétipos de *Sex and the City* discutiam infinitamente a condição feminina na atualidade, apresentando seus anseios, alegrias, angústias e aventuras repetidamente. Esse ato de “remexer e revirar” os problemas e o questionamento, assim como os dramas de amor e a representação exagerada das camadas mais altas da sociedade, são apontados por Prokop como características que sempre pertenceram ao romance trivial. Ele afirma que “[...] tudo isto não é novo” (PROKOP, 1986a, p. 157).

Como vimos, além da inserção de “tipos”, o programa herdou outros elementos da tradição narrativa americana. Em que pesem as inovações trazidas pela série, as comédias feministas já haviam sido testadas na TV, e, por baixo de toda a inovação e aura de “modernidade” de *Sex and the City*, corre a sequência tão conhecida onde, após o enfrentamento de inúmeras dificuldades, todas as barreiras são rompidas, chegando-se ao final feliz. Essa recorrência de temas e formatos,

⁴⁰ *Ring a ding ding* (SEX and the City collection, 2011, temporada 4, disco 3, episódio 16, 12:48-13:17 min).

característica dos produtos de monopólio, é, segundo Prokop, apreciada pela maioria dos receptores, que deseja:

[...] uma forma de apresentação clara, dinâmica, facilmente reconhecível e repetível, cuja repetição apresente variantes e cuja execução seja controlável de forma mais ou menos “especializada”. Coisas que demoram, que perturbam, que deixam triste, que são trabalhosas, etc., são vivenciadas como incômodos (PROKOP, 1986a, p.192).

Reconhecendo que tais produtos reduzem os desejos e as necessidades a “fórmulas difusas descaracterizadas”, Prokop frisa que não se restringem obrigatoriamente à padronização de experiências, podendo oferecer também aquelas passíveis de desenvolvimento (PROKOP, 1986b, p.64). É através dessa perspectiva que rompe com a Teoria Crítica.

O sociólogo não considera que as massas sejam completamente manipuláveis, pois, segundo ele, o ego permaneceria desperto mesmo diante de momentos fascinantes. Em suas palavras:

As massas são mais espertas, mais maldosas, mais conscientes do poder, mais adaptadas à realidade do que muitos moralistas pretendem vê-las. Elas observam com prazer obstinadamente perverso e com certa fascinação o desempenho de papéis, o teatro [...] (PROKOP, 1986a, p.170).

Para Prokop, os bons produtos culturais não excluem a fascinação. Eles podem apresentar os estereótipos da cultura de massa, mas inseridos conscientemente, permitindo “a ‘discussão’ das estruturas e contradições do objeto representado” (PROKOP, 1986a, p. 156).

Consideramos que, por ter suscitado tantas discussões, *Sex and the City* não deve ser vista como uma representação superficial. Se julgarmos que, mesmo voltada para o entretenimento sob a fórmula de comédia dramática, envolvida em glamour e fantasia —oferecendo ao expectador a experimentação livre e uma certa satisfação de seus desejos—, a série possibilitou o debate de questões contemporâneas relevantes, trazendo contribuição e significação ao debate público —como garante Jermyn (2009, p. 4-10)— concluiremos que os clichês trazidos pelo programa contribuíram para despertar “um outro interesse pela realidade”, possibilitando ao receptor, através do reconhecimento, uma nova visão de suas próprias experiências (PROKOP, 1986a, p. 156).

4 SEMIÓTICA DA DISTINÇÃO

“O gosto classifica aquele que procede à classificação: os sujeitos sociais distinguem-se pelas distinções que eles operam entre o belo e o feio, o distinto e o vulgar; por seu intermédio, exprime-se ou traduz-se a posição desses sujeitos nas classificações objetivas.”

Pierre Bourdieu, *A Distinção*

4.1 Os signos do chique

Considerando traje o modo pessoal como o indivíduo “adota (ou adota mal) a indumentária que lhe é proposta por seu grupo”, Barthes julga a significação do vestuário maior na relação entre os pares que em seu carácter individualista (BARTHES, 2005, p. 270). Em suas palavras: “[...] o traje é debilmente significativo, exprime mais do que notifica; a indumentária, ao contrário, é fortemente significante, constitui uma relação intelectual, notificadora, entre o usuário e seu grupo” (BARTHES, 2005, p. 273).

Ao longo da série *Sex and the City*, é possível detectar a estratificação dentro do próprio grupo privilegiado cujo estilo de vida é retratado, o que nos permite analisar o vestuário tanto como agente de igualação quanto de diferenciação entre indivíduos de uma mesma classe social ou das classes próximas que convivem no mesmo círculo.

Com enfoque no vestuário feminino, justificado pela estreita relação entre mulheres e moda e o peso da moda feminina dentro do programa, buscaremos nos personagens cuja posição é claramente mais prestigiosa e nas situações que os envolvem —através dos exemplos que consideramos mais significativos— detectar e analisar relações distintivas, capazes de nos levar à compreensão de como a distinção se apresenta na atualidade.

A matriarca

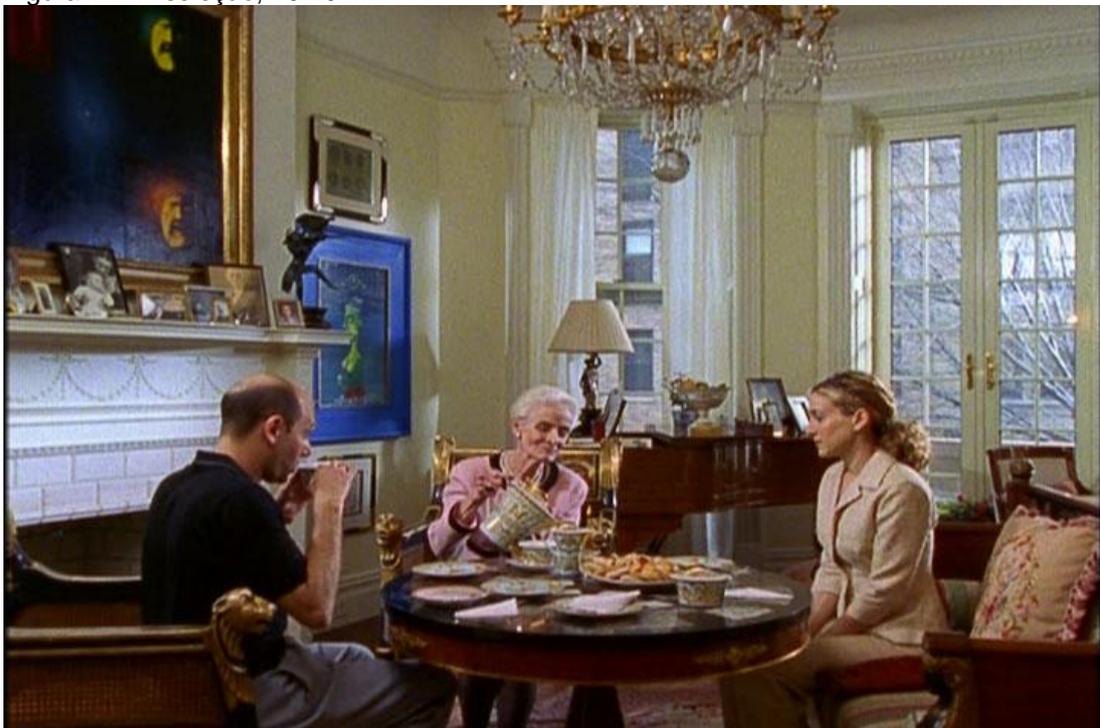
No nono episódio da primeira temporada (SEX and the City collection, 2011, temporada 1, disco 2), *The turtle and the hare* (A tartaruga e a lebre) ao queixar-se de sua vida amorosa, Stanford Blatch, gay e melhor amigo de Carrie, comenta que

sua avó concede a todos os membros da família que se casam sua parte da herança (14:58 min). Ela sugere que ambos deveriam se casar, e a conversa, que começa como brincadeira, evolui para a ideia fixa de apresentá-la à avó como sua namorada.

A penúltima sequência do episódio (19:20-21:03 min) é rodada na casa da avó rica, onde o encontro ocorre depois de Carrie ceder à insistência do amigo em conhecê-la.

Um plano geral da sala de estar exhibe o ambiente da ação (fig. 1): poltronas de madeira entalhada, com detalhes em dourado e braços com palhinha e cabeça de leão; uma mesa onde chá é servido em um jogo de porcelana; um sofá, também em madeira com detalhes dourados e estofado forrado com *jacquard* listrado, e uma almofada com bordado floral; um lustre em metal dourado com pingentes em cristal; uma lareira, sobre a qual se distribuem porta-retratos e uma escultura em bronze; uma parede repleta de quadros; um piano de cauda; um abajur com pé em escultura art nouveau; e ornamentos em gesso emoldurando as amplas janelas e arrematando o teto e a lareira. Uma sutil trilha sonora tocada em piano acompanha a cena.

Figura 1 – 1ª seleção, 19:20 min



Fonte: SEX and the City collection, 2011, temporada 1, disco 2, episódio 9

O diálogo começa com menção ao figurino:

*Carrie: Adoro o conjunto que está vestindo.
Avó: Desenhado pela própria Coco Chanel.*

Carrie: *É mesmo?!*
Stanford: *Minha avó veste o mesmo conjunto há 40 anos.*
Avó: *E ainda serve. Nunca sai de moda.*
Carrie: *Nunca.*
Avó: *Eu o tenho em azul, preto, rosa...*
Stanford: *... e creme! (tradução nossa).*

Conforme a sequência evolui, com a sucessão de planos próximos dos personagens (figs. 2 e 3) e a movimentação da câmera, percebemos que as demais paredes do cômodo também estão “fornadas” com pinturas. Além disso, é possível notar outros objetos de decoração em prata, cristal (aparentemente cinzeiros), mais porta-retratos, flores e livros.

Figura 2 – 1ª seleção, 19:24 min



Fonte: SEX and the City collection, 2011, temporada 1, disco 2, episódio 9

Figura 3 – 1ª seleção, 19:52 min



Fonte: SEX and the City collection, 2011, temporada 1, disco 2, episódio 9

Quando as mulheres colocam-se diante da lareira para observarem as fotografias, um movimento de câmera panorâmico segue o olhar de Carrie sobre os porta-retratos de molduras sobretudo douradas e imagens predominantemente em preto e branco (fig. 4), exibindo a grande família Blatch: seus casamentos, suas matriarcas, seus filhos e seus netos durante a infância e em momentos especiais, como uma formatura.

Figura 4 – 1ª seleção, 20:32 min



Fonte: SEX and the City collection, 2011, temporada 1, disco 2, episódio 9

A sequência termina com o pensamento de Carrie, concluindo que a única coisa que o amigo herdará da avó será a coleção de *tailleurs* (conjunto feminino composto por casaco e calça ou casaco e saia; esse último, veio a se tornar uma das criações características de Coco Chanel e virou sinônimo de elegância, transformando-se em um clássico no guarda-roupa feminino (SABINO, 2007, p. 571)) Chanel, eis que esta, no momento em que o neto se ausenta, revela-se ciente de sua homossexualidade.

Da *mise-en-scène* ao diálogo, toda a sequência enfatiza os valores da família e da tradição; a continuidade. O casamento é a condição para o recebimento da herança, pois é através dele que virão os filhos, sua realização final. Stanford é excluído porque não perpetuará o sobrenome Blatch, não dentro do molde tradicionalista.

Por outro lado, por mais que Stanford seja afastado da família por sua homossexualidade, ele se mostra pertencente a ela, carregando um de seus símbolos tradicionais: o anel de brasão, em ouro.

O comentário da avó, sobre ela própria, a exemplo de Carrie, ter tido uma profissão muitos anos atrás, que abandonou para ter filhos, reforça esses valores. A abdicação feminina em nome da família. A substituição da realização profissional individual pela satisfação trazida pela dedicação a essa instituição.

Até mesmo Carrie rende-se a esses valores quando, ao passar o olhar sobre as fotografias, indagada se quer ter uma família, se dá conta de que este é realmente seu desejo. Stanford engasga ao ouvir a resposta afirmativa, demonstrando sentir-se pressionado e reconhecer as barreiras que o separam da vontade de sua avó.

A decoração é repleta de referências ao primor aristocrático e aos interiores elegantes. Toques de “ouro” espalham-se pelo ambiente, e leões, símbolos supremos de poder, sabedoria e justiça, ornaram as poltronas, assim como o fizeram em tronos de bispos e de reis (CHEVALIER; GHEERBRANT, 2009, p. 538-539).

Figura 5 – 1ª seleção, 20:40 min



Fonte: SEX and the City collection, 2011, temporada 1, disco 2, episódio 9

O ritual do chá remete à tradição inglesa, demonstrando um cuidado especial na escolha e no arranjo da louça —note-se a disposição dos guardanapos sobre um dos pratos (fig. 5)— e afastando-se do requinte proustiano apenas pela ausência de guardanapos de tecido e de uma fina toalha para o serviço —seja para exibir o tampo da mesa com mosaico ou para não quebrar a harmonia da mobília na sequência. Nota-se o primado da forma sobre a substância, a estilização da refeição

característica do gosto denominado por Pierre Bourdieu como gosto de liberdade ou de luxo, que se opõe ao gosto da necessidade, onde a matéria prevalece sobre a maneira (BOURDIEU, 2008, p. 13). A sequência traz “a maneira burguesa de tratar da alimentação, de servi-la, apresentá-la e oferecê-la”, que segundo o sociólogo, “é infinitamente mais reveladora do que a própria natureza dos produtos em questão” (BOURDIEU, 2008, p. 184). Em seu estudo sobre a luta de classes e as classificações do gosto, Bourdieu acrescenta que os convites para o chá e refeições, seja no lar ou em restaurantes, são preferência nas relações entre as classes dominantes, enquanto nas classes populares convida-se geralmente para tomar café, sobremesa ou aperitivo (BOURDIEU, 2008, p. 187).

A decoração alusiva ao principesco, resultado da escolha dos móveis, associada a objetos antigos, forrações adamecadas, tons dourados, cristais, pratas e porcelanas, bem como a estilização das refeições, envolvendo desde o arranjo das louças à forma de se servir, são reforçadas em episódios futuros, em que se relacionam a outros indivíduos de posição de destaque na sociedade. Dentre eles, destacamos dois episódios da segunda temporada, quando Samantha visita a residência de Shippy Shipman, o “Poderoso Chefão” das socialites de Manhattan⁴¹, e a casa de Ed, um investidor milionário com quem ela sai por um breve período⁴². Vemos nas sequências em questão a recorrência de diversos signos apresentados no lar da avó de Stanford que remetem à tradição.

Os interiores e a etiqueta de maneira geral assumem um importante papel na diferenciação entre os indivíduos e na exibição de status, a partir do estabelecimento das cortes —que promovem um convívio maior entre os nobres e, conseqüentemente, a disputa por prestígio, principalmente ligado à figura do monarca (informação verbal)⁴³. Como grande esteta, admirador do belo e do luxuoso, Luís XIV, o “Rei Sol”, promove a arte de viver com elegância, sendo responsável pelas transformações profundas que fariam dos franceses referência de bom gosto e sofisticação, e a era de Versalhes marca o surgimento do conceito moderno de decoração. “O estilo real” ou “o estilo francês” difunde-se por toda

⁴¹ *Four women and a funeral* (SEX and the City collection, 2011, temporada 2, disco 1, episódio 5, 18:11-19:53 min). Imagens disponíveis no Anexo A.

⁴² *The man, the myth, the Viagra* (Ibid., temporada 2, disco 2, episódio 8, 14:57-17:51 min). Imagens disponíveis no Anexo B.

⁴³ Informação fornecida pela Profa. Dra. Flavia Galli Tatsch na oficina *Como os franceses inventaram o glamour e o luxo*, realizada no Museu da Imagem e do Som, em São Paulo, em 03, 10, 17 e 24 jul. 2012.

Europa, assim como a fascinação pelos objetos de decoração e seu arranjo “artístico”, através dos primeiros livros de decoração de interiores, lançados nas últimas décadas do século XVII (DEJEAN, 2010, p.18-22).

O mobiliário, assim como o vestuário e o cardápio, constitui, segundo Bourdieu, os domínios mais livres do gosto, aos quais se aplicam a disposição culta e a competência cultural. Ao lado dos domínios apontados como mais legítimos, a saber, a pintura, a música e a literatura, servem como indicadores para a investigação da atuação dos gostos como “marcadores privilegiados da ‘classe” (BOURDIEU, 2008, p. 9). Marcadores passíveis de rejeição —e substituição— caso venham a se vulgarizar, caindo no gosto dos populares. Orhan Pamuk, escritor turco agraciado pelo Nobel em Literatura 2006, o ilustra bem ao relatar uma história popular entre intelectuais de Istambul sobre a “vulgarização” dos textos de Proust, quando a tradução de sua obra completa para o turco despertou o interesse generalizado —fazendo inclusive com que alguns volumes figurassem como best-sellers. A história conta como uma estudante da Universidade Técnica de Istambul abandona a leitura de Proust ao ver uma moça de “ar frívolo”, “que usava sapatos de salto alto, muita maquiagem e um vestido caro de mau gosto”, retirar da bolsa um volume de *Em busca do tempo perdido* igual ao seu (PAMUK, 2011, p. 100). A estudante, que até aquele momento exibia seu livro orgulhosamente, perde “todo o interesse em Proust” por considerar inconcebível compartilhar seu gosto por literatura com tal tipo.

Embora os livros exibidos na sequência indiquem a valorização da literatura, sua breve aparição em segundo plano não chega a revelar as preferências relativas à leitura. Nesse caso, é através da música e da pintura que os gostos ligados aos domínios legítimos são demonstrados. Gostos que se relacionam diretamente com a posição social da avó de Stanford, conforme acrescenta o sociólogo francês: “À hierarquia socialmente reconhecida das artes —e no interior de cada uma delas—, dos gêneros, escolas ou épocas, corresponde a hierarquia social dos consumidores” (BOURDIEU, 2008, p. 9). O piano —apontado por Bourdieu como o instrumento burguês por excelência, cuja prática pressupõe a iniciação precoce e tempo livre, além de recursos financeiros (BOURDIEU, 2008, p. 24 e 511) — e a trilha sonora sugerem o gosto pela música erudita; e as obras de arte não somente demonstram a apreciação pelas belas-artes em si, mas também fornecem outros indícios sobre o

capital cultural da personagem: não se restringem a uma única escola ou gênero, o que sugere seu conhecimento dos variados estilos artísticos.

A obra de arte só adquire sentido e só tem interesse para quem é dotado do código segundo o qual ela é codificada. O espectador desprovido do código específico [...] limita-se ao que é designado por Panofsky como “propriedades sensíveis” [...] De fato, a possibilidade de passar da “camada primária do sentido que podemos adentrar com base na nossa experiência existencial” para a “camada dos sentidos secundários”, ou seja, para a “região do sentido do significado”, só ocorre se possuímos os conceitos que, superando as propriedades sensíveis, apreendem as características propriamente estilísticas da obra⁴⁴ (BOURDIEU, 2008, p. 10).

Ao relacionar as práticas culturais dos indivíduos ao seu capital escolar e origem social, Bourdieu demonstra em seu estudo que o “gosto legítimo”, ou seja, pelas obras legítimas, cresce com o nível escolar e que, ao nos afastarmos dos domínios mais legítimos, quando o capital escolar dos indivíduos é equivalente, o peso de sua origem social aumenta. Portanto, podemos considerar que os elementos que compõem a cena equivalem ao gosto de uma senhora de família tradicional abonada, que implicitamente teve acesso à boa educação, e constituem signos da distinção.

Adicionalmente, a preferência por obras que rejeitam o naturalismo e os temas “vulgares” —como paisagens e pôr do sol— e que se afastam da cultura escolar fornece indícios sobre a forma de aquisição do capital cultural, de grande relevância nas distinções em curso no interior da classe dominante. Os investimentos culturais não “clássicos” demonstram a segurança daqueles cuja aquisição do capital deu-se principalmente através da herança e do convívio, de maneira precoce e natural, denotando a antiguidade na classe através da familiaridade com a cultura diversa daqueles cujo aprendizado ocorreu apenas na escola, de forma tardia e metódica. Essa desenvoltura constitui um “bem de família” que representa a distinção mais profunda entre os burgueses da velha cepa —que se consideram os detentores “legítimos” da cultura— e os “novos-ricos” (BOURDIEU, 2008, p. 64-65).

Em termos de vestuário, a referência a Chanel nos traz o tempo como outro fator distintivo. O distinto é colocado como atemporal, aquilo “que nunca sai de

⁴⁴ PANOFSKY, Erwin. Iconography and iconology: an introduction to the study of Renaissance Art. In: _____. *Meaning in the visual arts*. Nova York: Doubleday and Co, 1955. p. 28.

moda”, e representa uma oposição à renovação constante que rege a moda cíclica e a lógica capitalista de circulação das mercadorias.

Essa relação entre tempo e distinção já havia sido notada por Barthes, que apontou o “chique” como um valor particular do vestuário que reúne sedução e duração e “tem horror à aparência de novo” (BARTHES, 2005, p. 367). Para ele, o chique é a sublimação do tempo e o valor-chave do estilo Chanel.

A sequência corrobora tal ideia, mostrando que o distinto não é a novidade nem o descarte. Não é efêmero, tampouco o “Novo” de Lipovetsky; ou mesmo o de André Courrèges, com sua ode à juventude e ao qual Barthes opõe o chique inalterável chaneliano (BARTHES, 2005, p. 368).

De fato, Coco Chanel queixava-se da necessidade constante de renovação e das roupas que não eram feitas para durar. Considerava um luxo ter roupas bem-feitas e tinha horror ao seu oposto, o “*cheap*” das roupas americanas que não resistiam uma lavagem sequer (CHANEL apud HAEDRICH, 1988, p.165). Para ela, as roupas deveriam ser duráveis tanto em relação aos materiais empregados e à confecção quanto à forma: “Novidades! Não se podem fazer sempre novidades! Eu quero fazer algo clássico. [...] Tenho a mesma bolsa há vinte anos [...]” (CHANEL apud HAEDRICH, 1988, p.177).

Um *tailleur* Chanel é algo para ser herdado, como exemplificam a conclusão de Carrie, ao fim da cena, e as palavras de sua própria criadora: “Uma cliente do norte da França trouxe-me um *tailleur* de antes da guerra que herdara de uma tia. Ainda está bom. Eu só tenho dois *tailleurs*; estou sempre bem-vestida” (CHANEL apud HAEDRICH, 1988, p.174).

Sou contra uma moda que não dure. [...] Não consigo imaginar que se jogue uma roupa fora só porque é primavera. Adoro roupas velhas. As roupas velhas são como velhos amigos: nós os conservamos. [...] As mulheres querem mudar sempre, e estão enganadas. Eu sou pela felicidade, e a felicidade não é a mudança. A elegância não está em vestir uma roupa nova [...]. Um estilo não sai da moda; Chanel não sai da moda (CHANEL apud HAEDRICH, 1988, p.175-176).

A avó evoca a imagem de Coco Chanel. A silhueta esbelta, o rosto de traços marcantes, o colar de pérolas e o cigarro (fig. 6). Diante da lareira, ela abre sua cigarrreira de metal dourado, pega um cigarro e o posiciona em uma piteira de prata. Uma clara referência aos famosos retratos realizados por grandes nomes

precursores da fotografia de moda, como Man Ray e Horst P. Horst, onde *Mademoiselle* Chanel aparece com cigarro na mão, vestindo tons escuros e várias voltas de pérolas⁴⁵.

Figura 6 – 1ª seleção, 20:52 min



Fonte: SEX and the City collection, 2011, temporada 1, disco 2, episódio 9

Figura 7 – Chanel



Foto de Kammerman / Rapho / EyedeaPresse
Fonte: CHARLOT, 2009

É interessante notar que Coco Chanel costumava fumar sem o acessório empunhado pela avó de Stanford ao fim da cena. Se considerarmos que dos tempos de Chanel ao século XXI o cigarro perdeu o glamour, a inserção da piteira pode ser interpretada como uma tentativa de tornar aquilo que passou a ser considerado um hábito despresticioso em algo distinto.

Esta não é a primeira referência à costureira francesa na série —e tampouco a última: Carrie já havia mencionado seu perfume quando, ao se sentir inferiorizada em um ambiente repleto de modelos, diz sentir-se usando patchuli em um ambiente repleto de Chanel⁴⁶. Uma metáfora que posiciona a fragrância como ícone de luxo e sedução, através da comparação do odor de uma flor ordinária à sofisticação das combinações desenvolvidas pelos grandes perfumistas. No primeiro episódio da quarta temporada, o estilo eterno de Chanel é novamente evocado quando Carrie fala do ator George Clooney: “Clooney é como um conjunto Chanel; sempre estará na moda”⁴⁷ (tradução nossa).

O fato de Carrie reconhecer a distinção e a “imortalidade” do estilo Chanel não significa que o adotará na construção de seu figurino. As imagens a seguir exibem duas ocasiões na qual a personagem veste roupas da grife, elegendo peças que fogem dos modelos clássicos que ajudaram a eternizar a estilista. Na primeira

⁴⁵ Algumas dessas imagens são apresentadas ao fim deste trabalho, no Anexo C.

⁴⁶ *Models and mortals* (SEX and the City collection, 2011, temporada 1, disco 1, episódio 2, 16:13 min).

⁴⁷ *The agony and the ‘ex’-tacy* (Ibid., temporada 4, disco 1, episódio 1, 15:48 min).

ocasião, ela usa um casaco Chanel curto na cor creme com contas e costura em vermelho, com camisa e calça estampadas, numa composição rica em detalhes que mistura cores, texturas, amarração e franjas (figs. 8 e 9). Na segunda, uma nova combinação de estampas, com uma blusa colorida Chanel e calça capri (curta) em tons de rosa e roxo, arrematados com uma bandana azul e brincos de argolas (figs. 10 e 11). Ambos os *looks* caracterizam bem o ecletismo de Carrie.

Figura 8 – 1ª seleção, 03:15 min



Figura 9 – 1ª seleção, 03:39 min



Fonte: SEX and the City collection, 2011, temporada 3, disco 1, episódio 3

Figura 10 – 1ª seleção, 02:53 min



Figura 11 – 1ª seleção, 04:05 min



Fonte: SEX and the City collection, 2011, temporada 3, disco 3, episódio 15

Será nas últimas temporadas que a protagonista optará por peças Chanel (principalmente casacos) mais tradicionais. Um caso especificamente significativo,

quando a protagonista veste *tailleur*, em um *look* completamente monocromático, será comentado no próximo capítulo.

A escolha do vestuário de Carrie para a visita fornece outros indicativos sobre a elegância: de que ela é contida. Para se enquadrar à ocasião, ela escolhe um modelo um tanto insosso para seus padrões. Um conjunto Dolce & Gabbana⁴⁸ (figs. 1, 3 e 5) que não faz jus à imagem luxuosa e sensual projetada pela marca, cuja atual campanha publicitária traz a beleza voluptuosa mediterrânea de mulheres como a atriz Monica Bellucci; “*donne italiane*”, no melhor estilo Sophia Loren.

O conjunto também se distancia das referências à grife feitas no programa, que já no quinto episódio leva a protagonista a uma de suas lojas, para a aquisição de um par de sandálias prateadas com plumas cor-de-rosa —este, sim, é o estilo “Dolce” de Carrie⁴⁹.

O toque pessoal que a protagonista imprime em sua aparência, seja no penteado, seja nas combinações ou uso de acessórios, já é perceptível logo no início da série. A adoção de um conjunto, com calça e casaco combinados, exclui a escolha das peças de roupa para a composição do *look*, limitado-a à seleção dos acessórios: uma *clutch* (termo inglês, que se refere às bolsas de mão, tipo carteira) vermelha (fig. 1); um adereço de cabelo em forma de palito, aparentemente de tartaruga, colocado junto ao rabo-de-cavalo (fig. 6); e um par de brincos e um anel solitários. Os acessórios, aliados tão apreciados por Carrie, não se destacam na cena —por aparecerem por poucos segundos ou apenas de relance, ou devido à sua neutralidade em termos de coloração ou dimensão—, podendo até passar despercebidos. O que fica é uma imagem uniforme, quase monocromática, onde praticamente inexistente o contraste entre a roupa e o próprio corpo da personagem de pele e cabelo claros, que além disso adota maquiagem discreta para a ocasião.

O cabelo preso, que também contribuiria para a aparência comportada, merece observação adicional. Carrie muda o corte no decorrer da série, usando comprimentos e texturas variadas, dos cachos naturais às mechas alisadas. Exibe orgulhosamente sua longa cabeleira crespa característica, que na primeira temporada aparece com volume exuberante e ar natural. Em diversas ocasiões, quando usa o cabelo preso, nota-se o cuidado em compor um penteado, que,

⁴⁸ Informação disponível em: <<http://www.hbo.com/sex-and-the-city/episodes#/sex-and-the-city/episodes/1/09-the-turtle-and-the-hare/article/fashion-credits.html>>, acesso em: 02 nov. 2011.

⁴⁹ *The power of female sex* (SEX and the City collection, 2011, temporada 1, disco 1, episódio 5, 02:45 min).

curiosamente, é deixado de lado nesta ocasião. O rabo-de-cavalo parece ter sido feito às pressas; a divisão no topo da cabeça é bagunçada e os fios estão eriçados (fig. 3), como se denunciasses que a discrição, que Carrie busca aparentar, não lhe é natural. Tal qual ocorre com os novos-ricos, cujos esforços para “agregarem-se ao grupo dos detentores legítimos” da cultura e a consequente inadequação são revelados pela “conduta ‘tomada de empréstimo’” (BOURDIEU, 2008, p. 91).

As damas e os cavalheiros de negro

O último episódio da primeira temporada, *Oh come all ye faithful* (Religião e relacionamentos), no qual Carrie conhece a mãe de seu amado (John James Preston, que será chamado ao longo de toda a série de Mr. Big⁵⁰), traz duas sequências interessantes para análise. Contudo, antes de abordá-las, convém uma introdução do personagem.

Mr. Big e Carrie se encontram no primeiro episódio, quando ele a ajuda a recolher o conteúdo de sua bolsa que se espalhara pela calçada (entre outros, uma provisão de preservativos, que o divertem e a deixam encabulada), após uma trombada com um desconhecido⁵¹. Mais adiante, no mesmo episódio, eles se reencontram em um bar que reúne “o *crème de la crème* de Nova York”⁵², ocasião na qual Samantha, referindo-se a ele como “o próximo Donald Trump”⁵³, tenta seduzi-lo sem sucesso⁵⁴. O episódio termina com Carrie à porta de sua casa, ao fim da noite, atônita e completamente envolvida, após a primeira conversa de ambos, propiciada pela carona por ele oferecida⁵⁵.

O amante irresistivelmente inatingível está estabelecido: um homem de charme, cavalheiro, bonito, elegante, que tem senso de humor e que, conforme se pode deduzir, tem uma carreira de sucesso nas finanças em Manhattan; um grande homem, como sugere o apelido criado por Carrie. “Senhor” Big, envolto em signos

⁵⁰ O nome John só é revelado na sequência de desfecho da série, após cinco anos de mistério, quando é exibido no identificador de chamadas do celular de Carrie (SEX and the City collection, 2011, temporada 6, disco 5, episódio 20, 43:20 min), e apenas no filme de 2008 seu nome completo é mencionado (SEX and the City: o filme. 2008, 16:29 min).

⁵¹ *Sex and the City* (SEX and the City collection, 2011, temporada 1, disco 1, episódio 1, 13:13 min).

⁵² *Ibid.*, 16:03 min.

⁵³ *Ibid.*, 18:13 min.

⁵⁴ *Ibid.*, 21:10 min.

⁵⁵ *Ibid.*, 23:23 min.

de requinte, sofisticação, riqueza e poder, que veste ternos Armani⁵⁶, fuma charutos Cohiba⁵⁷ e é conduzido por chofer em uma limusine Lincoln, a mesma marca do automóvel no qual o presidente John F. Kennedy foi assassinado, em 1963, ao lado da esposa Jacqueline —então apenas— Lee Bouvier Kennedy, em um *tailleur* rosa Chanel “*made in America*”⁵⁸.

Certa manhã de domingo (temporada 1, disco 2, episódio 12, 03:19-05:02 min), Carrie pára em frente a uma igreja para observar os fiéis saindo da missa:

Carrie (como narradora): Tendo sido criada na igreja do “seja boa com o próximo e não fale com a boca cheia”, decidi analisar tipos religiosos mais tradicionais, em seu habitat natural. Ao observar as pessoas saindo da igreja, fiquei impressionada com sua aparência: Valentino, Escada, Oscar de la Renta... O que é que Deus e a moda têm que combina tanto? E de repente lá estava ele vestindo Armani no domingo: Mr. Big. Confesso que foi um choque. Até aquele momento, eu achava que ele só tinha fé nos Yankees (tradução nossa).

Entre as figuras elegantes de trajes sociais escuros, ela se depara com Mr. Big, acompanhando uma misteriosa senhora —o chapéu, que lhe encobre o rosto, a movimentação dos personagens e os cortes da montagem da sequência denunciam a intenção de revelar o mínimo possível da personagem, concedendo-nos apenas um vislumbre (fig. 12). Em sua breve aparição, nota-se que ela veste um *tailleur* preto e blusa branca, acompanhados de chapéu preto, finas luvas brancas e o clássico colar com uma volta de pérolas.

Os acessórios são particularmente significativos como signos associados à elegância distinta. As pérolas, já vistas enfeitando o pescoço da Sra. Blatch (fig. 6), foram por séculos as mais cobiçadas dentre as gemas: durante o Império Bizantino, por determinação de Justiniano I, foram de uso exclusivo dos imperadores de sua

⁵⁶ Embora os créditos do figurino de Big não sejam indicados, a adoção de ternos da grife é mencionada na “biografia” do personagem no site oficial do programa (disponível em: <http://www.hbo.com/sex-and-the-city#/sex-and-the-city/cast-and-crew/mr-big/bio/mr-big.html>), acesso em: 04 jan. 2013) e também por Carrie, conforme será visto adiante, em um dos trechos selecionados para análise.

⁵⁷ Embora o nome Cohiba seja utilizado por duas empresas distintas produtoras de charutos, provavelmente é a marca cubana que Big declara consumir exclusivamente. Embora os produtos fabricados em Cuba tenham a venda proibida nos Estados Unidos, os charutos cubanos são um ícone, sinônimo excelência e os preferidos pelos apreciadores. O comentário prévio de Samantha, sobre ter uma fonte que a envia charutos hondurenhos, impossíveis de se encontrar, reforça essa possibilidade (SEX and the City collection, 2011, temporada 1, disco 1, episódio 1, 21:15 min).

⁵⁸ Tratava-se de uma versão fabricada nos Estados Unidos, pela etiqueta Chez Ninon, com autorização da maison Chanel, que fornecia todo o material para a confecção do modelo. A opção de Jacqueline representaria um incentivo à indústria de moda nacional (PICARDIE, 2011 apud MILLIGAN, 2012). Imagem disponível no Anexo D.

família (SABINO, 2007, p. 486-487); na Renascença, o símbolo-mor de status; e após a descoberta dos bancos de ostras na região que hoje pertence à Venezuela, por Cristóvão Colombo, no final do século XV, viraram febre em toda Europa, sendo ofuscadas pelo brilho dos diamantes somente no século XVII, quando estes se tornaram a preferência de Luís XIV (DEJEAN, 2010, p.197-198). De qualquer modo, mesmo suplantadas pelos diamantes, as pérolas mantiveram-se como joias desejadas e, a partir da década de 1950, o colar curto com um único fio de pérolas, normalmente associado ao *twin-set* (conjunto de blusa e casaco), passou a conotar elegância, sendo amplamente adotado pelos *bécebégistes*⁵⁹ franceses (SABINO, 2007, p. 487).

Figura 12 – 2ª seleção, 03:42 min



Fonte: Sex and the City collection, 2011, temporada 1, disco 2, episódio 12

Com relação aos chapéus, é importante mencionar a questão do recobrimento da cabeça durante os cultos na tradição cristã. Embora os homens, por um lado, devam retirar seus chapéus em reverência, a tradição prega que o mais apropriado para as mulheres é ter a cabeça coberta (originalmente com véu) durante a missa, como sinal de dignidade.

Sempre presente nos figurinos da realeza e da aristocracia em importantes eventos sociais, o chapéu é também item obrigatório aos frequentadores da ala

⁵⁹ Nome dado aos adeptos da cultura *Bon Chic, Bon Genre*.

nobre das glamourosas corridas de cavalo do circuito britânico de Ascot, durante seu mais celebrado e tradicional evento, o Royal Ascot —ocasião que conta com a participação da rainha. Nas corridas realizadas naquela, que é uma das mais famosas pistas de equitação do mundo, o traje é controlado segundo a hierarquia dos ingressos e o tipo de evento, devendo obedecer a uma lista de regras minuciosa, que visa a decência, a respeitabilidade e a manutenção dos bons costumes. Dessa forma, durante o Royal Ascot, os integrantes da ala supramencionada, a chamada Royal Enclosure (Recinto Real) —que, como se pode concluir, inclui representantes dos estratos mais altos da classe privilegiada—, devem seguir as seguintes determinações: para as damas, o comprimento das saias e vestidos deve ser “comedido” (menor comprimento, logo acima do joelho), blusas e vestidos sem alças, com alças finas ou que deixem as costas de fora são proibidos, bem como decotes que deixem os ombros descobertos, modelos que exibam o abdome devem ser cobertos, os chapéus ou acessórios para o cabelo (obrigatórios) devem cobrir a cabeça “suficientemente” (com base de no mínimo 10 cm de diâmetro), e calças compridas só podem ser usadas se compuserem um conjunto; para os cavalheiros, o traje deve ser preto ou cinza, os calçados, pretos, e o uso de colete, gravata e cartola é obrigatório, podendo esta última ser retirada apenas em locais determinados, como o restaurante e o jardim (ASCOT RACECOURSE, 2012).

É interessante notar a manutenção de acessórios que tinham papel fundamental na expressão das diferenças na moda no século XIX, quando apenas as mulheres mais pobres eram vistas em público com a cabeça descoberta e as luvas eram requisito para as damas, que as retiravam somente durante as refeições (CRANE, 2009, p. 114). O resgate das luvas é particularmente significativa, uma vez que seu uso tornou-se bastante reduzido, passados os anos 1960. Observamos, em plena era do consumo regido pela crescente fragmentação dos estilos de vida, a adoção dos mesmos símbolos de prestígio da antiga cultura de classes.

Ao ser avistada por Mr. Big, que caminha até ela, após providenciar um taxi para a senhora, Carrie expressa sua surpresa por vê-lo frequentar a igreja presbiteriana e, sem conseguir se conter, pergunta quem é a mulher misteriosa. Descobrimos, então, tratar-se de sua mãe, que ele, apesar de ser ateu, acompanha à missa todos os domingos.

Carrie revela-se bastante contente com a descoberta, enquanto a expressão de Mr. Big indica que ele não entende muito bem o motivo pelo qual tal fato trivial causaria espanto.

A protagonista gosta de enxergá-lo como bom filho, como um homem ligado à família e que preserva suas raízes, apesar de ela mesma não apresentar qualquer laço familiar, não tendo herdado —como menciona no início da sequência— sequer uma tradição religiosa. Vemos aqui a mesma valorização da família presente na primeira sequência analisada. Ao contrário de Carrie, Mr. Big, o homem de classe e “próximo Donald Trump”, pertence a uma tradição familiar.

Das quatro amigas, somente Miranda e Charlotte (as personagens inseridas para a série de TV, que não constavam no romance original) têm alguma relação de parentesco exposta na série. Charlotte, em certa ocasião, recebe a visita do irmão, que enfrenta um divórcio⁶⁰, e Miranda perde a mãe na quarta temporada⁶¹.

Em uma das raras menções —senão a única— de Carrie aos seus familiares, descobrimos o abandono pelo pai, aos seus cinco anos de idade⁶². No episódio em questão, tal fato é visto por um de seus chefes na *Vogue* como a origem de seus problemas no relacionamento afetivo com o sexo oposto⁶³.

Mas não nos aprofundaremos nas questões paternas da personagem, pois o que nos interessa aqui é destacar seu desejo pela constituição de um núcleo familiar de que não pôde usufruir. Carrie anseia por um compromisso —e, como veremos mais adiante, por aceitação—, o que se tornará o cerne dos conflitos e incertezas em sua relação com Mr. Big.

Algumas sequências depois, na casa de Mr. Big, durante o jantar, Carrie retoma o assunto e pergunta quando será convidada a acompanhá-los à missa (9:44 min). Ele tenta desconversar e, após Carrie sugerir o domingo seguinte, diz se tratar de um momento particular entre ele e a mãe, mudando de assunto.

Não se dando por satisfeita, Carrie decide, segundo suas próprias palavras, “espionar” Mr. Big e a mãe em seu compromisso dominical. A sequência da missa (13:26-16:59 min) inicia com um plano geral da porta da igreja (fig. 13). Vemos as pessoas chegando, entre elas Carrie e Miranda, que se tornarão mais visíveis no

⁶⁰ SEX and the City collection, 2011, temporada 2, disco 3, episódio 15.

⁶¹ *My motherboard, my self* (SEX and the City collection, 2011, temporada 4, disco 2, episódio 8).

⁶² *A 'Vogue' idea* (Ibid., temporada 4, disco 3, episódio 17, 11:01 min).

⁶³ Ibid., 26:44 min.

próximo plano, quando a câmera as enquadra mais de perto usando óculos escuros e vigilantes, para não serem descobertas (fig. 14).

Figura 13 – 2ª seleção, 13:28 min



Fonte: Sex and the City collection, 2011, temporada 1, disco 2, episódio 12

Figura 14 – 2ª seleção, 13:31 min



Fonte: Sex and the City collection, 2011, temporada 1, disco 2, episódio 12

No interior da igreja, elas optam pelo balcão, de onde têm uma visão privilegiada da nave (fig. 15). Carrie os avista, e um plano geral em câmera alta exibe os bancos onde as pessoas se acomodam, vistos por trás (fig. 16). Em seguida, um plano médio, foca Mr. Big e a mãe, de costas.

Figura 15 – 2ª seleção, 13:39 min



Fonte: Sex and the City collection, 2011, temporada 1, disco 2, episódio 12

Figura 16 – 2ª seleção, 13:31 min



Fonte: Sex and the City collection, 2011, temporada 1, disco 2, episódio 12

Ouvimos os pensamentos da protagonista:

Carrie (como narradora): Observando Mr. Big, em silêncio, ao lado de sua mãe, alto, orgulhoso, respeitável, acho que me apaixonei um pouco mais (tradução nossa).

Os planos seguintes mostram o início do sermão: o pastor, as pessoas se alçando e Carrie ao se levantar, derrubando a Bíblia do topo do balcão, no piso inferior. Todos se viram para ver do que se trata. O silêncio é total. Um novo plano médio do casal, agora virados na direção da protagonista, mostra a mãe em uma discreta exclamação, ao se dar conta do descuido, e a surpresa de Mr. Big, ao se deparar com Carrie. Vemos um close de Carrie, encabulada, gesticulando como se explicasse o acontecido; e, novamente, o casal e as pessoas que os rodeiam, com expressões que misturam espanto e reprovação (fig. 17).

Figura 17 – 2ª seleção, 14:23 min



Fonte: Sex and the City collection, 2011, temporada 1, disco 2, episódio 12

Ao fim da missa, as amigas aguardam em frente à saída da nave. Quando Mr. Big e sua mãe despontam, Carrie pede para Miranda partir, enquanto retira o chapéu e ajeita o cabelo. Os personagens se aproximam:

Mr. Big: *Não é você a jovem que fez todo aquele barulho?*
 Carrie: *Luvas escorregadias. [Dirigindo-se à senhora] Bom dia.*
 Mãe: *Bom dia.*
 Carrie: *É uma igreja linda.*
 Mãe: *Sim, não é mesmo?*
 Carrie (para Mr. Big): *Você não acha linda?*
 Mr. Big: *Mãe, esta é minha amiga Carrie (tradução nossa).*

Figura 18 – 2ª seleção, 14:40 min



Fonte: Sex and the City collection, 2011, temporada 1, disco 2, episódio 12

Figura 19 – 2ª seleção, 14:50 min



Fonte: Sex and the City collection, 2011, temporada 1, disco 2, episódio 12

Um *zoom in* na protagonista revela sua ansiedade e decepção ao buscar, em vão, reconhecimento no rosto da senhora. A mãe de Mr. Big pede licença para se despedir do pastor e se afasta. A conversa adquire então um tom menos cortês. Os planos se revezam entre os personagens, conforme eles discutem. Carrie reclama da maneira como foi apresentada, como uma amiga, mesmo após meses de relacionamento, e pergunta se a mãe sequer ouviu falar dela. Mr. Big a repreende por ter aparecido na igreja, apesar de ele ter pedido o contrário, e diz que sua mãe não precisa conhecer outra namorada. A discussão termina com Mr. Big dizendo que

precisa que as coisas sejam feitas em seu tempo e pedindo para que ela acredite nele e tenha paciência. O desconforto mútuo é claro, assim como a decepção de Carrie.

A sequência termina no interior da igreja, quando um *travelling* capta Miranda caminhando pela nave até sentar-se ao lado de Carrie. As amigas conversam em plano médio, Carrie desabafa, e Miranda lhe dá apoio.

Carrie e Miranda obedecem ao figurino feminino observado pela protagonista na semana anterior: chapéu, saia de comprimento “comedido” e luvas; porém, com uma perceptível diferença: o colorido que se destaca da multidão. É interessante observar a escolha dos modelos destoantes, principalmente considerando-se que o objetivo de ambas era não serem notadas.

Miranda escolhe um tubinho (vestido de silhueta reta) vermelho, casaqueto (casaco curto) caqui com manga três quartos (próxima à altura do cotovelo), adornado com um broche dourado, chapéu laranja, bolsa de mão em tom semelhante ao casaco, luvas brancas, brincos de argola dourados (fig. 15) e uma longa corrente dourada visível apenas quando está prestes a se sentar ao lado de Carrie, ao fim da sequência.

Carrie usa um vestido de algodão listrado em verde e branco, com saia ampla, do estilista italiano Romeo Gigli⁶⁴, *clutch* lilás, luvas curtas brancas e chapéu branco de aba grande (figs. 15 e 19). O *look* de Carrie é um tanto romântico, enquanto Miranda aproxima-se mais da sofisticação dos presentes. A protagonista também destoa pelo chapéu com dimensão muito maior do que os dos demais (figs. 14, 15 e 16). O acessório usado no domingo anterior pela mãe de Mr. Big também é maior em relação aos outros, mas é necessário lembrar que, na sequência em questão, sua função era ocultar o rosto da personagem; o tom escuro, por outro lado, transmite sobriedade (fig. 12).

Carrie chama atenção em uma ocasião que, como momento de prece, reflexão e seriedade, pede também respeito e sobriedade no vestir. A mãe de Mr. Big, em oposição, demonstra recato e altivez em seu *tailleur* escuro, de botões, gola e punhos contrastantes (figs. 17 e 18). Bolsa de mão e chapéu escuros, as luvas e o colar de pérolas usados na sequência anterior e pequenos brincos dourados arrematam o *look* da senhora.

⁶⁴ Informação disponível em: <<http://www.hbo.com/sex-and-the-city/episodes#/sex-and-the-city/episodes/1/12-oh-come-all-ye-faithful/article/fashion-credits.html>>, acesso em: 23 fev. 2013.

Tanto na entrada da igreja quanto em seu interior, nota-se a predominância dos tons escuros (figs. 13 e 16) que passam a imperar no vestuário masculino a partir do século XIX. O preto que, a partir de Chanel, se transformará em uma das cores de vestuário favoritas das mulheres, deixando de ser exclusivamente reservado ao luto; a cor escura dos hábitos das freiras do orfanato onde a costureira viveu e dos uniformes que usou e que, combinada ao dourado, aparece em outro símbolo de status exibido na sequência: sua icônica bolsa em matelassê e alças com correntes a tiracolo, que trouxe versatilidade às mulheres ao libertá-las ambas as mãos (fig. 17).

Ao mesmo tempo em que nos apresentam o preto como signo de discrição, as sequências o trazem como agente de homogeneização, o que paradoxalmente se opõe ao princípio de distinção. A standardização das aparências, tão criticada pelo poeta francês Charles Baudelaire no vestuário masculino adotado a partir do século XIX, se estende aos trajes femininos. O plano alto (fig. 16), particularmente, parece nos exhibir a “libré⁶⁵ uniforme de desolação”, que, em suas palavras, “testemunha a igualdade” (BAUDELAIRE, 1995, p. 729).

A simplificação da vestimenta masculina é vista por ele como uma uniformização triste e fúnebre:

Vede bem que a roupa negra e a sobrecasaca têm não apenas sua beleza política, que é a expressão da igualdade universal, mas também sua beleza poética, que é a expressão da alma pública — um imenso desfile de coveiros, coveiros políticos, coveiros apaixonados, coveiros burgueses. Todos nós celebramos algum enterro (BAUDELAIRE, 1995, p. 729).

O trecho acima faz parte do capítulo de encerramento da crítica de arte do Salão de 1846, no qual Baudelaire tenta encontrar a beleza moderna, pois considera que a modernidade vem acompanhada de uma perda do belo. Segundo ele, as obras de arte medíocres produzidas na época são um reflexo do desaparecimento da tradição no meio artístico, em favor de uma liberdade exaustiva e estéril. “Os símios são os republicanos da arte, e o estado atual da pintura é o resultado de uma liberdade anárquica que glorifica o indivíduo, por frágil que seja, em detrimento das associações, isto é, das escolas”, escreve (BAUDELAIRE, 1995, p. 728). Baudelaire

⁶⁵ Segundo definição do *Dicionário da moda*: palavra francesa que se refere ao uniforme, decorado com galões e botões, usado por criados nas casas da aristocracia e da alta burguesia. Originou-se da palavra francesa *livrée*, que se referia aos trajes distribuídos pelos senhores à sua criadagem desde o século XIII (SABINO, 2007, p. 403).

atribui à individualidade, esta “pequena propriedade”, o fim da originalidade coletiva, condenando também o ecletismo, que considera “um sistema de empréstimos contraditórios” utilizado por uma “vasta população de mediocridades” para forjar uma personalidade (BAUDELAIRE, 1995, p. 727-728).

Ele termina seu texto concluindo que a beleza ainda existe oculta em atos considerados por ele heroicos, como a resistência dos dândis à uniformização.

Segundo Olgária Matos, o próprio Baudelaire encampou essa resistência, com seu figurino excêntrico no qual tudo era “acompanhado de um ideal artístico” (MATOS, 2010, p. 279).

Destacando-se da massa não só por sua aparência, como também por seu modo de vida hedonista e transgressivo, o dândi escapou “à rotina, enganando o tédio da produção em série para o consumo da moda, bem como sua rápida substituição” (MATOS, 2010, p. 278). Matos completa: “Por sua maneira de ser singular, seu estilo não se universaliza” (MATOS, 2010, p. 279).

Nesse sentido, poderíamos relacionar Carrie ao dandismo, afinal sua singularidade, seu destaque na multidão, é inegável. Podemos entender que a maneira de se vestir da protagonista exprima um ideal artístico, mas é necessário mencionar as considerações de Barthes sobre como o rompimento da unidade do vestuário do dândi pode manifestar-se de maneira sutil, não implicando necessariamente em extravagância. Para Barthes, é no “detalhe” que o dândi, repudiando a banalidade e a falta de gosto, encontra sua forma de distinção. Segundo ele, “o homem distinto é aquele que se separa do vulgo por meios cujo volume é modesto, mas cuja força —de algum modo energética— é muito grande” (BARTHES, 2005, p. 346).

Assim, a forma de distinção demonstrada na sequência não se distancia do valor social que representava no século XIX, quando possibilitava aos homens das classes superiores, vetados de ostentar a riqueza pelos novos ideais burgueses, da sociedade recentemente democratizada, “‘distinguir-se’ em todo caso por algum detalhe discreto” (BARTHES, 2005, p. 346). É nos detalhes, nos “pormenores” que os distintos se fazem notar: no contraste dos tecidos finos com os encorpados; em uma gola em camadas; na transparência de um par de luvas; no toque da joia apropriada; na pitada de cor de um acessório (como a gravata ou o chapéu); em um laço; na textura de um chapéu; na maneira de portar o traje... Os detalhes que, segundo Barthes, passam a reinar no vestuário, por fazê-lo significar:

[...] precioso agora é o sentido de um estilo, e esse sentido não depende de cada elemento, mas da relação entre os elementos, e nessa relação é o termo destacado (um bolso, uma flor, um foulard, uma bijuteria) que detém o poder último de significação [...] (BARTHES, 2005, p. 342).

Em suma, são detalhes que aqui constituem signos de distinção, como estamos querendo demonstrar.

Conflitos de classe

O décimo episódio da segunda temporada (disco 2), *The caste system* (O sistema de classes sociais), trata das questões sociais enfrentadas por cada uma das personagens principais: o confronto entre Samantha e a serviçal de um dos homens com quem ela sai; o encontro de Charlotte com um astro de cinema sem classe; a diferença socioeconômica entre Miranda e o namorado; e a distância entre os círculos sociais de Carrie e Mr. Big. Destas, convém comentar as situações vividas pelas duas últimas.

Ao covidar seu namorado, o barman Steve —o qual ela permitia que a levasse para comer somente em estabelecimentos onde sabia que ele tinha condições para pagar (05:13 min)—, para acompanhá-la ao jantar anual da firma de advogados onde trabalha, Miranda depara-se com o fato de que ele não possuía roupa adequada para o evento.

Após sua primeira visita ao apartamento de Steve (06:21-07:10 min), onde ela vê seu paletó de veludo cotelê dourado (fig. 21) cujo tamanho e condição a deixam um tanto desconfortável, Miranda percebe o abismo econômico entre ela e o barman e levanta a questão em uma conversa com as amigas, no salão de beleza (07:10-08:52 min).

Samantha e Carrie demonstram não considerar tal fato um problema, e Carrie complementa citando seu próprio relacionamento, no qual Mr. Big tem melhor condição financeira do que ela.

Será Charlotte, a *wasp* elitista, quem apontará restrições no namoro. Defendendo um ponto de vista conservador, ela diz não entender como Miranda pode levar a sério um homem cujo futuro depende de gorjetas e que é “normal” nos relacionamentos que os homens tenham mais dinheiro do que as mulheres e completa comentando não se tratar apenas de uma diferença financeira:

Charlotte: *Mas você está falando de algo além da diferença de renda. Você está falando sobre uma diferença de criação e formação. Esse moço é da classe trabalhadora.*
 Miranda: *Classe trabalhadora?!*
 Charlotte: *Sim.*
 Carrie: *É o novo milênio, querida. Não se dizem mais coisas como “classe trabalhadora”.*
 Charlotte (em voz baixa): *Mas vocês estão querendo fingir que nós vivemos numa sociedade sem classes. [suspirando] E nós não vivemos [e indica com o olhar, as pedicures sentadas aos seus pés (fig. 20)] (tradução nossa).*

Figura 20 – 3ª seleção, 08:39 min



Fonte: Sex and the City collection, 2011, temporada 2, disco 2, episódio 10

É exatamente ao capital cultural de Steve que Charlotte se refere. Ao capital acumulado durante toda a sua criação, tanto na escola quanto através de suas relações, e que ela presume ser diferente do de Miranda. Capitais que, apesar da possibilidade de transmissão mútua entre o casal, serão passíveis das nuances geradas pelas diferentes formas de aquisição. Trata-se das diferenças mencionadas anteriormente, resultantes do aprendizado precoce e prolongado e do aprendizado tardio e acelerado, que se fazem visíveis na relação dos indivíduos com a cultura.

Notamos neste episódio o efeito dos capitais culturais de ambos sobre o gosto pelo vestuário. De fato, eles diferem, pois quando Steve comenta sobre o paletó que tem para usar no evento, diz que é muito bonito (06:01 min), Miranda o acha inapropriado. Ao descrever a roupa como sendo de veludo cotelê dourado, Steve surpreende-se com a reação de Miranda, que diz não ter tempo para lhe

explicar qual o problema do material. O capital cultural de Steve não lhe permite entender o porquê da inadequação.

Ao contrário da sequência na casa da avó de Stanford, aqui o dourado aparece com outro valor. Enquanto constitui um signo de riqueza e distinção nos objetos de decoração apresentados anteriormente, no vestuário masculino e especificamente associado ao veludo cotelê, é um fator depreciativo.

Quando ambos vão a uma loja para comprarem um terno novo, a escolha é por um conjunto azul marinho (14:26-15:51 min). No recinto, onde predominam cores escuras, reiterando a distinção do traje masculino segundo os tons elegidos no século XIX, observamos também uns poucos modelos claros, posicionados curiosamente diante de Steve, no momento da prova (fig. 22). Os paletós pendurados, no plano de fundo, lembram o matiz do paletó de veludo cotelê (fig. 21), demonstrando como é sutil a distinção relacionada às cores e materiais das roupas.

Figura 21 – 3ª seleção, 07:03 min



Fonte: Sex and the City collection, 2011, temporada 2, disco 2, episódio 10

No filme de 2008, veremos Stanford, membro da família tradicional abastada, trajando um terno de tom similar durante a sessão de fotos de Carrie para a revista *Vogue*⁶⁶. Os ternos, que são as principais peças de seu guarda-roupa, geralmente aparecem em combinações não convencionais, podendo incluir estampas e cores vibrantes ou materiais diferenciados, revelando um senso estético apurado que constrói outro estereótipo: o do homossexual refinado, mas extravagante. Assim, notamos que as formas de distinção atuantes no vestuário masculino também estão relacionadas a uma questão de gênero.

⁶⁶ SEX and the City: o filme, 2008, 18:31 min.

Figura 22 – 3ª seleção, 14:34 min



Fonte: Sex and the City collection, 2011, temporada 2, disco 2, episódio 10

Steve diz-se assustadoramente belo, possivelmente já prevendo os custos que o terno implicará. Miranda quer presenteá-lo com o traje, mas ele é irredutível e distribui o valor do pagamento entre cheque, dinheiro e cartão de crédito —após este ter sido recusado, pois a compra ultrapassava o limite.

Eventualmente ele se dará conta não somente de que não pode manter o terno, mas também da distância que o separa de Miranda, decidindo terminar o relacionamento. Sua justificativa é o reconhecimento de que ela precisa de um homem de seu nível, pois sempre haverá coisas fora de seu alcance (21:00-22:10 min).

Indignada por seu relacionamento ter terminado “por causa de um terno” e sentindo-se punida por seu sucesso, Miranda vê-se na festa, uma hora depois, rodeada de “crepe de lã italiano”, e se questiona sobre o que realmente havia de tão errado com o veludo cotelê (22:10-22:21 min), deixando explícita a construção sógnica da elegância através da atribuição dos diferentes valores a cada um dos materiais.

A oposição entre gostos também se manifesta em outra situação no mesmo episódio, envolvendo Carrie e Mr. Big. O choque diante de um presente dele (uma bolsa em forma de cisne recoberta de cristais) é tamanho, que faz com que a protagonista, na ausência de palavras, profira um prematuro e desastroso “Eu te amo”, que não é retribuído (fig. 23).

Figura 23 – 3ª seleção, 03:26 min



Fonte: Sex and the City collection, 2011, temporada 2, disco 2, episódio 10

Carrie (ao receber a sacola com o presente): *Oh, a que se deve isso?*

Mr. Big: *Ah, eu só vi e pensei em você.*

Carrie (como narradora, ao abrir o presente): *Era simplesmente... errada. Era errada!*

O acessório em questão é criação de Judith Leiber, designer húngara radicada nos Estados Unidos, cuja carreira confunde-se com a própria história do design de acessórios na América. Nascida em 1921, em Budapeste, e culta de criação —“exposta às artes, à ópera e a lindas bolsas”, cujo pai trazia de suas viagens a trabalho pela Europa (JUDITH LEIBER, [2012?])—, foi a primeira artesã do sexo feminino a tornar-se mestre pela guilda húngara reguladora do ofício de confecção de bolsas (a Hungarian Handbag Guild). Após mudar-se para Nova York, casada com o artista modernista Gerson Leiber —na época soldado que retornava do serviço na Segunda Guerra Mundial—, adquiriu prestígio entre as aristocratas americanas com suas bolsas de luxo. Desde a posse de Eisenhower, em 1953, apenas duas primeiras-damas deixaram de portar seu acessório no tradicional baile de posse.

O talento de Judith Leiber também foi coroado com premiações como o *Swarovski Great Designer Award*, o *Coty Award* (neste, foi a pioneira como designer de acessórios), o *Excellence in Design Neiman Marcus* e o *Council of Fashion Designers Award*, além do *Lifetime Achievement Award for Handbag Design* do

IHDA (Independent Handbag Designer Awards), e hoje suas *minaudières* (bolsas de festa, estruturadas e geralmente de metal) fazem parte das coleções do Metropolitan Museum of Art e do Victoria and Albert Museum, entre outros, além da galeria própria que reúne trabalhos do casal Leiber.

A importância de Judith Leiber na moda americana nos leva a questionar como uma aficionada como Carrie não venera suas criações. Posteriormente veremos que sua escolha em termos de bolsas figurativas, que, aliás, carregam certa comicidade, é pelo kitsch de Jimmy Wood —seja na forma de cabeça de cavalo, como já mencionado, seja de Torre Eiffel⁶⁷—, suscitando duas possíveis interpretações: que ela eventualmente acaba aderindo à moda ou que considera o cisne cravejado de cristais “precioso demais” para seu estilo.

A diferença entre o casal será reforçada, sob outro ângulo, em cenas posteriores, passadas em um coquetel na residência de uma amiga de Mr. Big.

A primeira sequência da festa (15:51-17:46 min) inicia com a câmera acompanhando a movimentação da anfitriã pela sala, dando uma visão geral do ambiente. Conforme inspeciona a festa, conferindo a decoração, o serviço dos garçons —pedindo-lhes cuidado com os tapetes brancos— e o arranjo dos pratos, elogia a bolsa cintilante de uma das convidadas (fig. 25). A trilha sonora traz o piano, acompanhado de cordas e percussão.

Figura 24 – 3ª seleção, 15:53 min



Fonte: Sex and the City collection, 2011, temporada 2, disco 2, episódio 10

⁶⁷ Imagens de ambas as bolsas estão disponíveis no Anexo E. O modelo em forma de Torre Eiffel é usado por Carrie no início de *Sex and the City: o filme* (2008, 04:22 e 06:05 min).

Figura 25 – 3ª seleção, 15:58 min



Fonte: Sex and the City collection, 2011, temporada 2, disco 2, episódio 10

Figura 26 – 3ª seleção, 16:02 min



Fonte: Sex and the City collection, 2011, temporada 2, disco 2, episódio 10

A narração de Carrie apresenta Serena Bush como uma ricaça do *Upper East Side* (região mais nobre de Manhattan), que gosta de receber e é famosa pela fortuna do marido e pela amizade íntima com Tina Brown (editora da revista Newsweek e do portal de notícias The Daily Beast, autora de *The Diana Chronicles*, biografia da Princesa de Gales, e atualmente a septuagésima sétima mulher mais poderosa do mundo no *ranking* Forbes). A narradora completa que a conhecia há dez anos, quando sua reputação era ligada ao dinheiro do pai e à amizade íntima com seu traficante de drogas.

Com a saída de Serena do plano, o foco passa para Carrie e Mr. Big, que adentram o recinto (fig. 27). A protagonista demonstra-se pouco à vontade, revelando que os círculos de amizade do casal não são condizentes:

Carrie: Ai, meu Deus! Odeio a Park Avenue. É como estar num país estrangeiro.

Mr. Big: Apenas pense em mim como seu passaporte, meu bem (tradução nossa).

Figura 27 – 3ª seleção, 16:14 min



Fonte: Sex and the City collection, 2011, temporada 2, disco 2, episódio 10

Enquanto o plano seguinte desloca-se pelas convidadas, a narração da personagem dirige a atenção do espectador às bolsas (figs. 28, 29 e 30):

Figura 28 – 3ª seleção, 16:25 min



Fonte: Sex and the City collection, 2011, temporada 2, disco 2, episódio 10

Carrie (como narradora): *Conforme caminhamos pela sala cheia de mulheres agarradas às suas bolsas de cisne, gatinho e aspargos, adornadas com joias, fiquei horrorizada ao perceber que Big não só não me amava, mas também não tinha a menor ideia de quem eu era* (tradução nossa).

Vemos as convidadas munidas de suas preciosas *minaudières* nos mais variados formatos.

Figura 29 – 3ª seleção, 16:29 min



Fonte: Sex and the City collection, 2011, temporada 2, disco 2, episódio 10

Figura 30 – 3ª seleção, 16:31 min



Fonte: Sex and the City collection, 2011, temporada 2, disco 2, episódio 10

Quando abordados por um garçom, que lhe oferece bebidas, são avisados de que a Sra. Bush não serve nenhuma comida ou bebida escura (fig. 31). Ambos se espantam. Mr. Big diz que Serena, que conhece há anos, é “OK”, apesar de um pouco estranha. Carrie —já de cigarro em punho— contesta com sarcasmo, demonstrando irritação, e ele lhe pede que não seja tão chata. Sabemos que o

comportamento de Carrie não é impulsionado apenas pela questão da comida, pois seu desconforto já se fez claro desde sua chegada.

Figura 31 – 3ª seleção, 16:42 min



Fonte: Sex and the City collection, 2011, temporada 2, disco 2, episódio 10

A anfitriã cumprimenta o casal demonstrando-se animada por reencontrar Mr. Big, e repreende Carrie, quando esta faz menção de acender o cigarro, indicando a sacada com um gesto como se a enxotasse sutilmente.

A protagonista deixa-os, dirigindo-se à varanda (fig. 32): “E, sem mais nem menos, fui expulsa da festa chique” (tradução nossa).

Figura 32 – 3ª seleção, 17:44 min



Fonte: Sex and the City collection, 2011, temporada 2, disco 2, episódio 10

O ambiente não destoa dos interiores requintados citados na primeira análise: o tipo de mobília, como o sofá em estilo francês, que compõe o jogo ao centro da sala, as amplas janelas com composições de cortinas simples e cortinados, as paredes com ornamentos de gesso característicos, o dourado nos detalhes e nas molduras dos quadros e do espelho —o objeto de desejo que deu nome à galeria mais célebre do Palácio de Versalhes— na entrada do recinto, a lareira arrematada em mármore onde se apoiam um suntuoso relógio (dourado) e castiçais de cristal e os demais objetos usados na decoração e no serviço: bandejas, castiçal, balde e coqueteleira de prata, mais cristais e porcelanas e arranjos de flores brancos. Tais elementos constituem signos que, como já vimos, representam não apenas as preferências da personagem, mas também seus capitais econômico e cultural. Na próxima sequência da festa, um vislumbre do que parece ser a biblioteca fornece sinais complementares desses capitais (fig. 35).

É interessante notar as semelhanças com as decorações comentadas anteriormente, considerando que Serena Bush, assim como Shippy Shipman, pertence a uma geração diferente da avó de Stanford e de Ed —e também da mãe de Mr. Big. Percebemos assim que tais signos de distinção, por mais que se associem à tradição, não implicam necessariamente idade avançada.

Aqui vemos a redução no número de obras artísticas em relação ao observado na casa da Sra. Blatch, donde convém comentar as diferenças entre “estruturas patrimoniais” que definem as frações de classes e caracterizam os variados estilos de vida, conforme observado por Bourdieu (2008, p.107-121). Trata-se da forma como o capital global é distribuído entre as espécies de capital. Em sua pesquisa, Bourdieu observa, por exemplo, que as frações mais ricas em capital cultural tendem a investimentos que possam aumentar sua “raridade específica”, ou seja, a educação e as práticas culturais, que são relegadas pelas frações com maior capital econômico —que têm a transmissão de seus poderes e privilégios como algo garantido—, enquanto outros optam por um “investimento racional”, balanceando os investimentos econômicos e educativos (BOURDIEU, 2008, p. 112).

Neste caso, temos um investimento menor em pinturas e nenhum indício de apreciação ou domínio de um instrumento musical, o que nos levar a supor que a prioridade dos investimentos na área artística é menor que no caso da avó de Stanford, possivelmente cedendo espaço para os investimentos econômicos e sociais —como as recepções habitualmente oferecidas pela Sra. Bush.

Com relação à seleção do figurino, os convidados do sexo masculino apresentam-se com seu “uniforme social”: o terno escuro —o mesmo “uniforme” que era imprescindível para o barman Steve poder juntar-se aos advogados como convidado de Miranda (fig. 22). De fato, a maioria dos figurantes parece usar a mesma roupa, que inclui gravatas cinzas, predominantemente claras, diferenciando-se dos garçons —estes de fato uniformizados— com calças pretas e camisas ou casacos brancos. Por baixo do paletó, todos os convidados adotam camisas claras, contrastantes —igualmente à escolha de Miranda para Steve—, o que nos leva a pensar que, na época, o *look* totalmente monocromático (geralmente considerado mais contemporâneo em oposição à combinação tradicional do terno escuro com a camisa clara) não estava em voga.

Observando-se atentamente, é possível notar, de relance, dois convidados que fogem sutilmente ao padrão: um, que adota um conjunto mais claro mas, assim como os demais, rejeita o colorido, e outro, com uma gravata de padronagem em tons castanhos e beges (fig. 36). Será através desse acessório que Mr. Big, apesar de obedecer à indumentária padrão, distinguir-se-á dos presentes: sua gravata azul é a única a apresentar um matiz que se destaca no traje (fig. 31).

No vestuário feminino, predominam vestidos e tons pálidos, além das já apontadas bolsas com cristais. Destacamos as echarpes adotadas por algumas das presentes: um casaco bege com forro laranja (fig. 30), um casaco com brilho (fig. 25) e um conjunto estampado com uma variação do padrão clássico *pie-de-coq* (fig. 32). As joias, em geral, não chamam muita atenção, salvo nos casos da senhora com colar de pérolas, acompanhado de brincos (fig. 28), de Serena, que usa um colar de ouro e anel (fig. 35), e de Carrie, com um anel, a corrente de ouro que leva seu nome e outro colar vermelho —o mesmo usado na ocasião do presente (fig. 23)— com três X (fig. 36), que, popularmente, nos Estados Unidos, podem representar tanto conteúdos pornográficos quanto três beijos. Ademais, veem-se alguns relógios e discretas correntes com pingentes, como se as *minaudières* assumissem o papel das joias prescritas para a ocasião.

A alusão à pornografia ou ao beijo pode indicar bom-humor, mas não favorece Carrie em tal situação. Ela não está entre amigas, mas em um ambiente que percebe como hostil, onde qualquer comportamento considerado inapropriado poderá ter consequências desagradáveis. Sabemos que a protagonista luta para permanecer com Mr. Big, sendo portanto seu desejo que ele a considere a mulher

adequada para acompanhá-lo. Para a incursão em um círculo diferente do seu, ela não opta pelo seguro, como feito para a visita à avó de Stanford; o que é compreensível se considerarmos que a visita em questão envolvia uma farsa e que, desta vez, ela se arruma para o homem que quer conquistar, e por mais que a escolha da roupa certamente tenha sido cuidadosa e a personagem tenha buscado algo apropriado para a ocasião, o fez sem descartar sua personalidade, como ela mesma destaca: “Só estou sendo eu mesma” (17:17 min).

Temos um *look* colorido, com *top* tomara-que-caia (sem mangas ou alças) e saia envelope longa, de trespasse frontal e com mistura de estampas, que nem remotamente lembra o *tailleur* Dolce & Gabbana escolhido para a formalidade anterior. Carrie opta pelo cabelo liso, em concordância com a maioria das mulheres (somente uma delas tem cachos, soltos), mas novamente se destaca: sua combinação colorida e alegre é única.

A bolsa de Judith Leiber é seu maior elo com as presentes, mas, como sabemos, não se trata de uma escolha própria, e sim de um presente não apreciado. Nesse sentido, o presente de Mr. Big adquire grande valor, como o agente capaz de “elevar” Carrie ao patamar das mulheres pertencentes ao novo círculo que ela penetra. Contudo, ao rejeitar a bolsa de Judith Leiber, Carrie demonstra como considera o acessório —um dos signos de requinte em questão— inadequado para ela. Enquanto o mimetismo entre as classes, através do vestuário, demonstrou-se seletivo em épocas passadas, por motivos como a incompatibilidade com as atividades exercidas pelas camadas mais baixas ou, como suposto por Crane, o desconhecimento dos padrões de etiqueta (das “regras”) exigidos no uso de certas peças, como luvas e bengalas (CRANE, 2009, p. 130), o episódio indica que, hoje, essa seleção é feita em nome do “estilo”.

Serena Bush usa um vestido longo em malha cinza levemente brilhante que, apesar de não destoar dos demais figurinos, destaca-se pela modelagem justa (figs. 24-26). A anfitriã parece desejar exibir sua figura, ultrapassando os limites do recato ao deixar os seios tão marcados. Ela não porta uma *minaudière*, mas manifesta sua aprovação no momento em que elogia a bolsa da convidada (fig. 25). Em seu lugar, não dispensa o uso de joias, vestindo uma vistosa gargantilha de ouro (fig. 35). Sua maneira afetada também nos faz pensar sobre sua procedência e, conseqüentemente, sua antiguidade na classe.

Segundo Bourdieu, a afetação, a conduta rebuscada e o pedantismo, assim como o intelectualismo e o didatismo, são denunciadores da aquisição tardia da cultura, deixando transparecer, nas maneiras desprovidas de naturalidade, o “verniz” cultural. Apesar de focar sua análise na relação com a cultura, o sociólogo não exclui o comportamento social de uma forma geral, frisando que, por marcarem “as diferenças no âmago da classe dominante, assim como as diferenças de capital cultural marcam as diferenças entre as classes [...], as maneiras [...] são o pretexto de uma luta permanente [...]” (BOURDIEU, 2008, p. 67).

No caso de Serena, o ar afetado pode não estar necessariamente associado a uma aquisição tardia, pois sabemos que sua posição não se restringe ao casamento, eis que Carrie comenta a fortuna do pai daquela. Tampouco se trata de um comportamento direcionado, indicando uma rejeição específica à acompanhante do amigo, pois seus trejeitos já são notados antes da interação com o casal. Podemos supor que, por se tratar de uma personagem que assume um papel de confronto com a protagonista, sua função é justamente causar a antipatia do espectador, sendo que, para esse fim, o esnobismo é um aliado.

Três sequências depois (18:49-20:06 min), vemos Carrie na sacada do apartamento. A trilha sonora mantém o jazz, agora acrescido de saxofone.

Ela encontra um conhecido: Jeremiah, artista performático famoso no centro financeiro da cidade, que faz bico como garçom no evento (fig. 33). Nesse momento nos é revelada como a hierarquia social se configura no espaço geográfico de Manhattan: o artista aclamado no sul não passa de um serviçal na vizinhança leste do Central Park.

Carrie se demonstrará totalmente à vontade na presença de Jeremiah. Como ela mesma já reconheceria, o *Upper East Side* não é seu lugar. De fato, ele até se surpreende por encontrá-la na festa:

Jeremiah: *Você é amiga dessas pessoas?*

Carrie: *Não. De jeito nenhum.*

Jeremiah: *Um pouco formal demais. Que história é essa de nada de comida marrom? (tradução nossa).*

Figura 33 – 3ª seleção, 19:03 min



Fonte: Sex and the City collection, 2011, temporada 2, disco 2, episódio 10

Ambos riem da situação, e Carrie explica que está acompanhando “um cara”, enquanto Jeremiah conta que fez uma nova tatuagem e pergunta se ela gostaria de vê-la. Ao que Carrie se abaixa para ver a tatuagem, que parte de baixo do umbigo e se estende para dentro da cueca —o que faz com que Jeremiah tenha que abrir a calça para mostrá-la—, ambos são surpreendidos pela anfitriã. Diante da posição comprometedor que aparenta o ato de sexo oral (fig. 34), Serena os repreende de maneira calma, simplesmente proferindo: “Hã, hã. Com licença!”, e se retira.

Figura 34 – 3ª seleção, 19:56 min



Fonte: Sex and the City collection, 2011, temporada 2, disco 2, episódio 10

Figura 35 – 3ª seleção, 20:02 min



Fonte: Sex and the City collection, 2011, temporada 2, disco 2, episódio 10

Carrie retorna à sala avistando Serena e Mr. Big em uma conversa que aparenta ser o relato do acontecido. Nessa sequência (20:06-21:00 min), nota-se uma leve mudança na trilha sonora, para um ritmo mais latino, indicando uma alteração no ambiente. Carrie encontra-se em uma nova posição em consequência de suas atitudes.

Figura 36 – 3ª seleção, 20:17 min



Fonte: Sex and the City collection, 2011, temporada 2, disco 2, episódio 10

Mr. Big dirige-se a Carrie e pergunta se ela realmente estava fazendo um “boquete” no garçom, com ar de quem já sabe se tratar de um mal entendido. Ela reage na defensiva, dizendo-se ofendida, que o rapaz não é um “mero garçom”, mas um artista muito conhecido, e que um verdadeiro cavalheiro a teria acompanhado até a sacada. Contudo, ao retornarmos à ocasião em que Carrie deixa Mr. Big e

Serena, nos questionamos acerca da indelicadeza. O casal, recém-chegado à festa, acabara de encontrar a anfitriã, e Carrie mal a cumprimentara, sem oferecer a menor abertura para aproximação. Apesar da afetação, ao ser apresentada à acompanhante de Mr. Big, Serena Bush dirige-se a ela olhando-a nos olhos, sem aparentar resistência à integração de ambas, mas Carrie apenas diz: “Oi”, e desvia o olhar para acender o cigarro.

A reação explosiva de Carrie, em contraposição à calma de Mr. Big, embora este tivesse motivos para se aborrecer, também é reveladora quanto ao temperamento e à educação de ambos. Ele diz em baixo tom: “Bem, o que quer que você tenha feito, por favor, pare. Você está me envergonhado” (tradução nossa), e sugere que ambos vão embora. Carrie, por sua vez, não faz a menor questão de ser discreta ou abafar a discussão em público, revidando em tom elevado e gesticulando, se recusa a ir embora com ele e o deixa falando sozinho.

A diferença nas formas de se portar diante do constrangimento é igualmente significativa, pois além de aumentar a distância entre Carrie e Mr. Big, aproxima este de Serena. Vemos aqui como as maneiras atuam não só como agente regulador da conduta, mas também como um meio de identificação dos pares —e de, portanto, diferenciá-los dos demais. Apesar do comentário desabonador sobre o passado de Serena, ela, assim como Mr. Big, mantém a linha, enquanto Carrie porta-se mal tanto no episódio envolvendo Jeremiah quanto em seu desdobrimento.

Quando as aparências passam a se confundir em decorrência da disseminação da moda, a etiqueta, que já atuava como instrumento de diferenciação dentro do convívio nas cortes, assume um papel fundamental na luta entre as classes e, principalmente, entre suas frações.

Como Souza observou sobre a sociedade do século XIX —onde as maneiras se revelavam também através do manejar de peças do vestuário, como leques e bengalas:

Agora as modas podem ser copiadas por todas as classes, pois as leis suntuárias foram abolidas. [...] a arrivista começa a ofuscar a “dama exemplar” através do luxo dos vestidos. É então que uma nova barreira se interpõe entre as classes, ainda mais difícil de transpor que a antiga, pois já não se apoia na ostentação da riqueza, mas no polimento das maneiras, na composição elaborada dos gestos [...]. A distinção econômica do luxo cede lugar à distinção estética da elegância (SOUZA, 1987, p. 134).

Através da discricção e do autocontrole, os personagens do “*Upper East Side*” demonstram que, após a virada dos séculos, a etiqueta associada à “boa-educação” ainda permanece como elemento indissociável da distinção.

4.2 O “fashionismo” versus a elegância clássica

A festa descrita anteriormente não é a única ocasião em que Carrie demonstra insegurança com relação a Mr. Big. Na realidade, essa insegurança a acompanha durante toda a série, estendendo-se até mesmo ao primeiro filme, que tem como fio condutor o casamento de ambos.

Em um de seus primeiros encontros acidentais, seus pensamentos revelam que ela reconhece a distância socioeconômica que o separa: “Lá estava Mr. Big. Grande magnata, muito cobiçado... e muita areia pro meu caminhãozinho”⁶⁸. Mr. Big a encontra em uma festa, de boca cheia, “atacando” os petiscos. Na ocasião, ele diz ter passado a ler a coluna de Carrie e a achava “uma graça”, mas a protagonista não parece satisfeita com a maneira como ele descreve seu trabalho. O comentário revela, de certa maneira, o que o atrai nela: o jeito “gracioso” e um tanto atrapalhado, que o diverte, fazendo com que ela julgue não ser levada a sério.

Não são raras as ocasiões em que Carrie deixa transparecer a insegurança, seja através de “confissões” às amigas, seja por cobranças, que podem ser desastrosas, principalmente quando ela se descontrola, tomada por ansiedade ou raiva ou influenciada pela bebida.

O primeiro encontro oficial do casal tem como consequência o também primeiro desentendimento. Depois de duas tentativas frustradas —na primeira ocasião, Mr. Big, que já havia avisado não poder ficar com Carrie por muito tempo por conta de outro compromisso, acaba sendo retido na longa fila de entrada do bar onde marcaram o encontro e, após perder mais tempo procurando Carrie no recinto lotado, a encontra, com a mão na língua de um rapaz ao observar seu *piercing*, apenas a tempo de dizer que deve partir⁶⁹; na segunda ocasião, um amigo dele, que rompera com a esposa, “infiltra-se” no jantar que haviam marcado, e ela prefere deixá-los conversar a sós⁷⁰— Carrie decide “vestir-se para arrasar” e acaba cedendo ao sexo prematuramente.

⁶⁸ *Models and mortals* (SEX and the City collection, 2011, temporada 1, disco 1, episódio 2, 14:42 min).

⁶⁹ *Valley of the twenty-something guys* (Ibid., temporada 1, disco 1, episódio 4, 05:17 min).

⁷⁰ Ibid., 14:07 min.

É ao vestido usado, que a conservadora Charlotte chamara de “vestido nu”⁷¹ (fig. 37), que a protagonista atribui a culpa por ter dormido com Mr. Big “rápido demais”⁷². O comentário demonstra que ela se preocupa com a consequência do encontro. A partir desse momento, ela passará a considerar qualquer impossibilidade de Mr. Big lhe dar atenção ou atender a um convite seu como indício de desinteresse.

Figura 37 – 4ª seleção, 01:59 min



Fonte: Sex and the City collection, 2011, temporada 1, disco 1, episódio 6

Carrie receia que ele não queira ser visto em sua companhia por seus conhecidos e sente-se inferiorizada ao desconfiar que o amado possa ter vergonha dela, o que resulta em uma inconveniente visita que faz ao seu apartamento embriagada e tarde da noite⁷³. Quando Mr. Big abre a porta, trajando roupão, ela invade o apartamento, pedindo satisfação, enquanto dirige-se ao bar para se servir de mais bebida. Durante a discussão, gesticula, derrubando bebida no chão e revelando não se sentir o tipo de mulher com quem ele considere ter um relacionamento.

Noutra ocasião, ela faz uma visita surpresa ao namorado à noite, enquanto ele assiste a uma luta de boxe, e, ao exigir sua atenção, acaba por irritá-lo, ao que responde: “Bem, talvez eu não seja perfeita. Talvez eu não me encaixe em sua vida

⁷¹ *Secret sex* (SEX and the City collection, 2011, temporada 1, disco 1, episódio 6, 02:04 min).

⁷² *Ibid.*, 07:39 min.

⁷³ *Ibid.*, 20:34-22:45min.

perfeita, com seu apartamento perfeito e sua luta *pay-per-view* perfeita”, revelando seu sentimento de inferioridade⁷⁴.

Carrie chega a demonstrar-se obcecada por tudo que o envolve, desde a mãe, a quem praticamente o obriga a apresentá-la, como já vimos, até a ex-mulher, que procura usando o trabalho como pretexto. A protagonista vive em comparação permanente com as mulheres com as quais ele se relaciona.

A primeira eleita

No oitavo episódio da primeira temporada (disco 2), *Three's a crowd* (Três é uma multidão), quando conhece a primeira esposa de Mr. Big, Barbara —que trabalha no meio editorial infantil—, ambas se encontram em duas ocasiões: primeiramente em uma reunião que Carrie marca para apresentar uma falsa proposta para um livro (11:26-13:23 min); e depois, em um restaurante, a convite de Barbara, para prosseguirem com a conversa (15:40-16:40 min).

Carrie deseja conhecê-la para saber com que tipo de mulher Mr. Big consideraria se casar. A protagonista vê-se diante de uma mulher “exemplar”: bonita, de bom gosto, inteligente e altruísta (presidente do comitê paralímpico (11:54 min)). Sua impressão de Barbara é tão avassaladora que a personagem não consegue tirá-la da cabeça (14:28-15:40 min), como se não se julgasse boa o suficiente diante de tal comparação.

Enquanto no primeiro encontro a roupa de Carrie reflete o gosto pela moda e a habilidade da personagem em suas produções, com um *look* bicolor — empregando a combinação de tons neutros com saia pregueada azul-marinho e blusa de malha bege, sapatos de salto pretos usados com meias soquete brancas, acompanhados de bolsa preta em matelassê— arrematado com um casaco *pink*, além de um corpete modelador que ela usa para ficar mais esguia, conforme indicado em um comentário da narradora (12:09 min), no encontro seguinte, Carrie imita o vestuário de Barbara. Para o segundo “confronto”, ela escolhe um blazer, a exemplo da ex-mulher de Mr. Big (figs. 38 e 39). Barbara mantém o traje anterior, mas em outra coloração, substituindo a combinação monocromática em tons de azul por camisa marrom e blazer verde. É interessante notar como a tonalidade escolhida por Carrie não se distancia da cor vista anteriormente em Barbara e até mesmo o

⁷⁴ *The drought* (SEX and the City collection, 2011, temporada 1, disco 2, episódio 11, 14:33-15:38 min).

alisamento do cabelo constitui uma imitação —mudança que inclusive chega a ser notada pela outra (15:51 min).

Figura 38 – 5ª seleção, 11:45 min



Fonte: SEX and the City collection, 2011, temporada 1, disco 2, episódio 8

Figura 39 – 5ª seleção, 15:42 min



Fonte: SEX and the City collection, 2011, temporada 1, disco 2, episódio 8

É como se, considerando não ser páreo para uma mulher com tantas qualidades admiráveis, Carrie encontrasse na aparência uma maneira para buscar o patamar da ex-mulher de Mr. Big, abandonando seu senso de moda em favor do traje social “apagado”.

A segunda eleita

O espectador pode julgar Carrie exagerada por suas atitudes intempestivas ou pelas situações armadas, mas sua insegurança se prova fundamentada quando Mr. Big não hesita em casar-se com uma moça com quem se relacionara a bem menos tempo que com ela. Natasha será a grande rival da protagonista, e o embate “não declarado” entre elas se manifestará em aspectos diversos, entre eles a procedência, as maneiras, a aparência e, conseqüentemente, o vestuário.

Carrie conhece Natasha ao fim da primeira temporada (disco 2), no décimo sétimo episódio, *Twenty-something girls vs. thirty-something women* (Garotas de vinte anos x mulheres de trinta anos), em uma festa —“regada a caviar” e considerada o evento da estação (18:03 min)— oferecida anualmente por um dos bilionários do balneário conhecido como The Hamptons, famoso por ser frequentado pela alta da sociedade. Ela fica atordoada com a desagradável visão de Mr. Big —o qual julgava estar morando temporariamente em Paris a trabalho— acompanhado de outra garota (fig. 40). A protagonista se aproxima sem disfarçar a surpresa, e Mr. Big, um tanto sem jeito, a apresenta a Natasha, explicando que ambos passam o fim de semana na casa dos pais dela. Esta a cumprimenta amigavelmente, dizendo ter ouvido muito sobre ela, e pede licença, deixando-os a sós.

Figura 40 – 6ª seleção, 21:26 min



Fonte: SEX and the City collection, 2011, temporada 2, disco 3, episódio 17

Em uma conversa constrangedora, Mr. Big, interrogado, conta que acabara de retornar de Paris, tendo, durante a viagem, conhecido Natasha, que trabalhava para a Ralph Lauren na Europa, e explica que pretendia telefonar para Carrie, lamentando que ambos haviam se encontrado daquela maneira.

Ela comenta que também está acompanhada por um médico, um homem “tecnicamente bom, provavelmente como Natasha: bonito, meigo, blablablá...” (22:55 min), e pergunta a idade de Natasha, ficando desolada por seu amado ter escolhido uma namorada mais jovem (com cerca de vinte e seis anos). O comentário sobre o médico e a comparação com a acompanhante de Mr. Big, além de ser uma tentativa de não parecer tão por baixo —afinal, além de estar acompanhada, seu acompanhante é um homem cuja profissão lhe concede status—, representa seu desdém, como uma provocação que deixa claro como se sente trocada por alguém mais “à altura” dele.

Figura 41 – 6ª seleção, 21:30 min



Fonte: SEX and the City collection, 2011, temporada 2, disco 3, episódio 17

Natasha surge no seriado em setembro de 1999, dois meses após o acidente aéreo que matara John Kennedy Jr., filho de John e Jacqueline Kennedy, e sua esposa Carolyn Bessette. Assim como a fictícia Natasha, Carolyn trabalhava para uma empresa de moda americana, a Calvin Klein, o que nos leva a pensar que tal fato não é mera coincidência. De certa forma, Natasha é associada à mulher cujo namoro e casamento com “John John” a transformaram em alvo de grande interesse midiático, tornando-se um ícone da moda nos Estados Unidos e objeto de inevitáveis

comparações com a sogra⁷⁵ (CAROLYN, [1999?]). Assim, a nova namorada de Mr. Big é apresentada como mulher da estirpe das Kennedy, herdeira de família abastada, bela e educada, com quem, diferentemente de Carrie, ele parece não ter resistências quanto ao envolvimento —tanto que passa o fim de semana na casa dos pais da moça.

O vestuário de ambas fornece indícios sobre suas personalidades e gostos e conota a diferença implícita entre as duas mulheres. Natasha escolhe peças mais neutras, combinando uma fina blusa branca e uma calça pantalonada em cinza claro (fig. 40), enquanto Carrie entrega-se ao espírito da festa à beira-mar, com chapéu de palha vermelho estilo *cowboy*, saia ampla com cintura baixa, listrada em tons de vermelho e laranja, e *top* com estampa de pele de cobra, que deixam seu abdome à mostra, uma faixa para o braço com listas coloridas e o inconfundível colar que leva seu nome (fig. 41).

A roupa de Mr. Big (fig. 40), de certa maneira, o aproxima de Natasha pela preferência por peças básicas ao invés de inovações, com camisa branca, calça de linho bege, cinto de couro marrom e relógio de pulso, reforçando, por outro lado, o afastamento de Carrie em sua produção arrojada.

No episódio seguinte (disco 2, episódio 18), *Ex and the city* (O ex e a cidade), Carrie descobre que Mr. Big está noivo. Ambos encontram-se para um almoço, como amigos, após uma ligação de Carrie com o intuito de acabar com o mal-estar entre eles (10:06 min). Mr. Big demonstra-se nervoso —tropeça ao se dirigir à mesa— e, durante o almoço, conta sobre o noivado (13:03 min). Chocada com a notícia, ela tem um acesso de raiva ao se dar conta de que o motivo que o impedia de assumi-la no passado não era, conforme ela julgava, falta de disposição para um novo compromisso após um casamento fracassado, mas, sim, falta de desejo de se comprometer com ela:

Carrie: Noivo?! Como você pode estar noivo?! Você tem um problema com compromisso, lembra?! Na verdade, você me disse que nunca queria se casar novamente! Nunca!

Mr. Big: Bem, as coisas mudam.

Carrie: O que você quer dizer com isso? Que só não queria se casar comigo? (tradução nossa).

⁷⁵ Coincidentemente, a atriz Sarah Jessica Parker foi uma das namoradas do filho do ex-presidente.

Carrie perde o controle e levanta-se da mesa gritando que ele, que a “enrolara” por dois anos, agora se casaria com uma garota de vinte e cinco anos, que conheceu há cinco meses (13:49 min). Os clientes sentados às mesas próximas viram-se para olhar a discussão. Atormentada, ela derruba a cadeira ao pegar a bolsa, joga o guardanapo no chão e sai. A protagonista grita com Mr. Big, que tenta detê-la e, ao apressar-se para fora do restaurante, tropeça —nos mesmos degraus onde Mr. Big se desequilibrara— e só não cai por agarrar-se à *hostess*. Furiosa, reclama da periculosidade dos degraus e faz com que dois garçons se choquem, derrubando uma bandeja ao chão em um barulho estridente. Assim, o almoço amigável termina em escândalo.

Na penúltima sequência do episódio (26:07-28:43 min), Carrie, tendo sido convidada para o noivado após ambos fazerem as pazes, prefere encontrar-se com as amigas em um bar a comparecer ao evento, um *brunch* realizado no hotel Plaza. Durante a conversa, elas comparam o romance de Carrie e Mr. Big com a história de Katie e Hubbell —vividos por Barbra Streisand e Robert Redford— no filme *Nosso amor de ontem*, de 1973. Apesar do amor, o casal não consegue permanecer unido, e ambos terminam com outros parceiros. Ao final do filme, Katie conhece a nova esposa de Hubbell, “uma garota adorável” de cabelos lisos⁷⁶. Carrie conclui que, assim como Katie, ela é uma mulher “de cabelos crespos” que, por ser complicada e selvagem, não pode viver com o galã, que prefere uma moça “simples” e de cabelos lisos. De fato, apesar da protagonista variar seus estilos de cabelo e penteados durante toda a série, quando esta se encontra com a morena Natasha —cujos cabelos escuros são uma característica compartilhada tanto com a ex-mulher de Mr. Big quanto por Charlotte, Jaqueline Onassis e Coco Chanel—, sua cabeleira loira está sempre com o encaracolado de aspecto selvagem, reforçando a oposição entre as duas mulheres.

Na verdade, a relação de Katie e Hubbell é “complicada” por descenderem de meios diferentes e pelos ideais de Katie, comunista militante, que colidiam com o estilo de vida de Hubbell. Apesar de pertencer a uma família rica, Hubbell demonstra-se consciente da vida de privilégios da qual goza e admira Katie por suas crenças, mas isso não muda quem ele é nem de onde veio. Por outro lado, por mais que ela, uma mulher de procedência simples e trabalhadora, acabe se adaptando às suas amizades —com as quais se relacionava inicialmente de maneira defensiva,

⁷⁶ NOSSO..., 2005, 1:54:46 h.

por fazerem-na sentir-se inferiorizada e ameaçada—, com o passar dos anos, o casal percebe que suas diferenças são grandes demais para serem vencidas.

A caminho de casa, Carrie passa em frente ao Plaza a tempo de avistar a partida de Mr. Big e Natasha (28:54 min). Mr. Big vai até Carrie, que, em oposição à Natasha vestida de preto, usa branco, como se ela fosse a noiva por direito. Dessa vez, Mr. Big veste um terno castanho claro, com camisa branca e a gravata azul, assumindo uma posição neutra em relação às duas mulheres. Ela pergunta por que não foi a escolhida, ao que ele responde: “Eu não sei. Ficou tudo tão difícil. E ela é...”. A conversa termina com Carrie proferindo as mesmas palavras de Katie: “Sua garota é adorável, Hubbell”.

Ao partir, a protagonista cruza com uma carruagem, cuja égua não permite ao condutor colocar-lhe as rédeas (30:34 min). Vendo-se refletida no animal, Carrie conclui que talvez não tenha sido ela quem não conseguiu domar Mr. Big, mas o contrário, e que talvez deva permanecer livre até encontrar alguém tão selvagem quanto ela própria para acompanhá-la.

Três episódios depois (temporada 3, disco 1, episódio 3), em *Attack of the five foot ten woman* (Ataque da mulher de 1,80 m), Carrie ficará sabendo do casamento através da publicação na edição de domingo do jornal *The New York Times*. A notícia —que não se restringe a uma nota, mas ocupa parte significativa de uma das páginas seção de casamentos (02:44 min)— descreve a cerimônia como uma recepção íntima realizada na propriedade dos pais da noiva, em Southampton, para cinquenta convidados (apenas familiares e amigos próximos), onde a entrada da noiva, carregando um buque de lírios amarrado com um laço vermelho, deu-se ao som de *When a man loves a woman*, tocada ao saxofone, o que Charlotte julga cafona, mas Carrie reconhece como uma escolha do noivo (04:00-05:01 min). O jornal conta também o encontro do casal em Paris, através do galanteio de Mr. Big, que enviou à bela moça, sentada em um café desacompanhada, uma garrafa do melhor *pinot noir* da casa.

A menção a outra propriedade dos pais de Natasha (na festa da temporada anterior, Mr. Big indicara estar em uma casa em East Hampton⁷⁷) reforça a ideia de que o capital econômico da família é bastante significativo, principalmente ao se considerar o prestígio da região dos Hamptons. Foi em Southampton que nasceu

⁷⁷ *Twenty-something girls vs. thirty-something women* (SEX and the City collection, 2011, temporada 2, disco 3, episódio 17, 21:59 min).

Jacqueline Kennedy Onassis, cuja família possuía terras em East Hampton. Foi nessa região que sua tia Edith Ewing Bouvier Beale e a prima Edith Bouvier Beale permaneceram mesmo após a falência, vivendo em condições lamentáveis na mansão decadente *Grey Gardens*, em um caso que se tornou notório, fazendo com que Onassis, que sempre se mostrou avessa à exposição demasiada, e a irmã passassem a prestar auxílio na manutenção da propriedade.

A cerimônia íntima escolhida por Mr. Big e Natasha para a celebração do casamento alinha-se ao tipo de comportamento discreto característico da ex-primeira-dama, que, por outro lado, opõe-se à publicação no *New York Times*. De fato, Carrie e Charlotte —que leem juntas a notícia— fazem esse questionamento, mas é importante mencionar que a própria Charlotte cobiçará a publicação do anúncio de seu segundo matrimônio, com o advogado judeu Harry Goldenblatt, no *Sunday Times*⁷⁸.

Diante do relato do casamento, Carrie desaba (05:01-05:55 min) e, com rancor, desabafa:

Carrie: Sabe, ela é cabelos brilhantes, seção de estilo, Vera Wang; e eu, a coluna de sexo ao lado de anúncios de implantes penianos (tradução nossa).

O que perturba Carrie não é apenas o casamento do homem que ainda ama, mas também a mulher que ele escolheu, um “tipo” sofisticado do qual ela tanto se afasta. Com todo seu apreço pela moda, ela reconhece dolorosamente que a rival é de fato uma mulher chique, comparável à estilista Vera Wang —que também atuou na Ralph Lauren.

Mais adiante no mesmo episódio, Carrie depara-se com a “Sra. Big”, no provador de uma loja de roupas (06:55-08:45 min). A protagonista é pega desprevenida ao sair de trás das cortinas vestindo apenas lingerie —com peças descombinadas, que dão a impressão de desleixo— e, constrangida, tenta cobrir-se com o vestido que provara (fig. 42).

Ela parabeniza Natasha pela “coisa” (o casamento) e acaba se comprometendo a ir a um almoço, cuja escolha do traje —no caso, um delicado vestido branco trespessado com saia e decote com babados— é o motivo pelo qual Natasha encontra-se na loja. Trata-se do almoço anual da instituição *Women in the*

⁷⁸ *The catch* (SEX and the City collection, 2011, temporada 6, disco 2, episódio 8, 04:18 min).

Arts, de cujo comitê diretivo ela participa. A fim de não parecer inferior à rival, Carrie comenta, de maneira afobada, que é membro da instituição —final, é escritora— e diz que também estará presente no evento. A protagonista acrescenta que todo ano participa do almoço, mas, como denunciado por seu nervosismo, descobriremos não ser verdade, pois na entrada do evento ela revelará que, apesar de convidada, nunca havia comparecido anteriormente (20:29 min).

Figura 42 – 6ª seleção, 07:47 min



Fonte: SEX and the City collection, 2011, temporada 3, disco 1, episódio 3

Considerando que nada em seu guarda-roupa esteja à altura do “confronto” (09:32 min), Carrie acaba gastando o equivalente a “um mês de aluguel” em um vestido da loja de artigos de luxo Bergdorf & Goodman, além de comprar um novo par de calçados Manolo Blahnik, com saltos altos o bastante para encarar a esposa de Mr. Big em seus esguios “um metro e oitenta” (15:51-16:30 min). Após ter sido flagrada usando apenas suas roupas de baixo e “vestida de *cowboy*” (08:49 min), ela quer mostrar para Natasha que também se veste bem, provando que pode ser “maravilhosa” ou, conforme admite, mostrando o quanto é linda e poderosa e que não se importa com o fato de que ela tem apenas vinte e cinco anos de idade e casou-se com seu ex-namorado (17:08 min). Assim como no caso da ex-mulher, Barbara, a aparência será a arma encontrada por Carrie para o “embate”.

O desejo de Carrie de apresentar a Natasha a melhor versão de si exprime uma vontade que acompanha o ser humano independentemente do surgimento da roupa ou da moda. Como indicado por Gilda de Mello e Souza:

Já entre os povos primitivos observamos uma preocupação especial com o ornamento, a tatuagem, o penteado, o saiote cerimonial, naqueles momentos em que, ao se reunirem todos os membros do clã ou da fratria, cada qual deseja, na competição que imediatamente se estabelece, oferecer aos outros a melhor imagem de si (SOUZA, 1987, p. 151).

Assim, à roupa destinada à exibição para o outro —ou, nesse caso, a outra—, Carrie dedica escolha cuidadosa, produção especial e verba adicional, a fim de causar o maior impacto e a melhor impressão possíveis.

Ela comparece ao evento acompanhada por Samantha, ambas “muito civilizadas”, como verdadeiras damas (19:50 min). De fato, Samantha até abandona suas escolhas tipicamente coloridas, pelo clássico *look* bicolor, com *tailleur* branco, com saia logo abaixo dos joelhos, blusa com estampa gráfica preta e branca e bolsa preta (fig. 43). Entretanto, não se comporta propriamente como uma “dama”: adentra o recinto fazendo comentários sexuais inapropriados e chamando a atenção das presentes, que se mostram indignadas. Carrie pede que mude de assunto, afinal ela tem que parecer uma dama.

Figura 43 – 6ª seleção, 21:25 min



Fonte: SEX and the City collection, 2011, temporada 3, disco 1, episódio 3

A protagonista estreia seu vestido vermelho (fig. 43), com comprimento similar ao usado por Samantha e, aparentemente em acordo com as outras convidadas, *clutch* laranja e rosa, pulseira de ouro e mules (tipo de tamanco com bico fino) em xadrez colorido tom pastel e com saltos altos, que, apesar de não aparecerem nas sequências do evento, já haviam sido exibidas anteriormente, logo após sua aquisição (15:33 min). A cor escolhida por Carrie é especialmente significativa. Além

de sua associação com a sedução, o tom, que se transformou em ícone de elegância e feminilidade nas mãos do costureiro italiano Valentino Garavani, é historicamente símbolo de nobreza e, conseqüentemente, de poder. Não por acaso, o vermelho, que coloria os saltos de Luís XIV, é o escolhido para a primeira aparição de Kate Blanchet como a rainha Elizabete I⁷⁹, no filme *Elizabeth: a era de ouro* (2007), como uma afirmação de sua nobreza diante daqueles que a consideravam uma bastarda⁸⁰, bem como para o vestido usado por Mary Stuart (Maria I da Escócia) —apontada pelos opositores de Elizabete I como a herdeira legítima do trono da Inglaterra— em sua execução como protesto silencioso, atestando sua qualidade genuína⁸¹. Assim, é no poder intrínseco à cor vermelha que Carrie busca força e autoconfiança para o enfrentamento.

Ao descobrir que Natasha não comparecerá ao evento por estar doente, Carrie sente que todo seu esforço e gastos foram em vão (20:56 min). Afinal, o traje foi comprado “para Natasha”, e não para ela própria.

Na segunda sequência passada durante o almoço (22:28-24:18 min) —que exhibe o ambiente e o serviço primoroso, condizentes com o evento em questão e o status das frequentadoras—, Carrie age de forma grosseira ao conversar com uma senhora que realiza trabalho beneficente com crianças, perguntando se as crianças gostariam de escrever sobre sexo, que é sua especialidade. Por mais que a protagonista diga-se uma “mulher das artes”, percebemos que ela não se encaixa no ambiente onde Wendy Wasserstein, dramaturga vencedora dos prêmios Pulitzer e Tony (falecida em 2006), e Gloria Steinem, escritora e editora famosa pelo ativismo feminista (20:15 min), juntam-se a damas praticantes de filantropia. Como comenta em ocasião anterior: é ela quem, diante de Natasha, sente-se um caso de caridade (09:39 min). A inadequação de Carrie é enfatizada ao considerarmos que o único motivo que a levou a comparecer ao evento foi o desejo de se igualar à esposa de Mr. Big.

Com o intuito de animar a amiga, Samantha apresenta-lhe uma moça que conheceu entre as convidadas e que frequentou a Universidade de Tulane na mesma época que Natasha, para que esta lhe conte fatos desabonadores sobre a

⁷⁹ ELIZABETH..., 2007, 03:33 min.

⁸⁰ Como fruto do segundo casamento de Henrique XVIII (com Ana Bolena), desencadeador do rompimento do rei da Inglaterra com a Igreja Católica, Elizabete I enfrentou resistência ao seu reinado de muitos que a acusavam de ser uma herdeira ilegítima.

⁸¹ ELIZABETH..., 2007, 11:15 min.

rival: um banho com um rapaz no banheiro comunitário e os quatro quilos e meio ganhados no segundo ano da faculdade (22:50 min). Contudo, isso só faz a protagonista sentir-se pior.

Sua desforra virá três semanas depois —na última sequência do episódio (24:33-25:28 min)—, quando recebe de Natasha, pelo correio, uma nota de agradecimento por ter comparecido ao evento. Diante do envelope, Carrie é levada a reconhecer que “algumas mulheres simplesmente são melhores” que outras, admitindo a si mesma que nunca será o tipo de mulher que tem o cabelo perfeito, que consegue vestir-se de branco sem se sujar, preside comitês e escreve notas de agradecimento, até ter uma agradável surpresa ao constatar um erro grosseiro no texto (o uso de *their* no lugar de *there*). Ela liga imediatamente para Miranda, para compartilhar a deliciosa descoberta.

Percebemos que Samantha não estava tão enganada ao tentar fazer Carrie sentir-se melhor denegrindo a imagem de Natasha. Quando Carrie tem em mãos um indício que coloca em dúvida o capital escolar —e até mesmo a inteligência— da rival, sente-se satisfeita, pois parece encontrar um aspecto no qual supera a “Sra. Big”.

As mulheres voltam a se encontrar no nono episódio da mesma temporada (disco 2), *Easy come, easy go*, (O que o diabo dá, o diabo leva), dessa vez na companhia de seus homens (03:16-05:16 min). Carrie acompanha Aidan —o namorado que conhece posteriormente e com quem tem seu relacionamento mais durador, depois de Mr. Big— a uma feira da qual ele participa como designer de móveis. Ao avistar Natasha e o marido, que visitam o evento, Carrie esconde-se, agachada atrás de um dos móveis do stand. Ela será descoberta por Mr. Big, que se interessa pela peça, mas não antes de ouvir os comentários de Natasha sobre o móvel, indicando divergências no gosto do casal: “Não sei como você pode gostar dessa madeira mal trabalhada. É quase ofensiva”.

Ao explicar que está ajudando seu namorado com o stand, ela faz uma piada: “Sou a vadia do stand.” Natasha não acha graça, reagindo com uma expressão levemente espantada. Mr. Big demonstra já estar acostumado com seu jeito descontraído.

Quando Carrie se oferece para lhes mostrar outras peças, Natasha responde que as peças são fantásticas, mas que não fazem exatamente o estilo do casal. Mr.

Big responde com uma provocação, dizendo que eles gostam apenas de móveis “delicados”, o que sugere certo atrito entre ele e a esposa.

Figura 44 – 6ª seleção, 04:26 min



Fonte: SEX and the City collection, 2011, temporada 3, disco 2, episódio 9

Figura 45 – 6ª seleção, 04:40 min



Fonte: SEX and the City collection, 2011, temporada 3, disco 2, episódio 9

Com a chegada de Aidan, a situação fica mais constrangedora, e o nervosismo de Carrie a faz derrubar café quente nas calças de Mr. Big. Ela faz menção de ajudá-lo a se limpar, mas é detida por Natasha, que assume a função, despedindo-se em seguida, dizendo que foi um prazer encontrá-los e retirando-se com o marido, para lavarem a calça.

Carrie veste-se despojadamente com uma calça verde modelo cargo (inspirada nos uniformes de exército e caracterizada pela modelagem larga e bolsos grandes) curta e com amarrações que deixam longas faixas vermelhas penduradas na lateral, uma blusa branca fina, com babados nas mangas e no decote — curiosamente semelhante ao vestido provado pela rival, no episódio analisado anteriormente—, que deixa transparecer o sutiã vermelho usado por baixo (fig. 44 e 45). A personagem exercita sua habilidade para composições consideradas contemporâneas através da mistura de peças de estilos diferentes, uma calça de aparência mais bruta e masculina e uma blusa feminina e delicada, jogando com a transparência em oposição a um tecido pesado. As joias escolhidas incluem um relógio com pulseira em metal, brincos de argola e corrente dourados, com um pingente redondo, prateado e dourado, além de uma corrente fina de ouro no tornozelo. Se ela, por um lado, adota roupas confortáveis para passar o dia inteiro na feira, por outro, não dispensa o salto alto, escolhendo um modelo bastante instável: sandálias, sem traseiro, possuindo apenas finas tiras frontais, e de saltos finos. A calça com cintura baixa, usada com a blusa curta, deixa o abdome à mostra, e o abotoamento torto da blusa conota sua imperfeição, em oposição à impecabilidade de Natasha, com vestido branco de saia ampla, com comprimento abaixo dos joelhos, e cintura marcada com um cinto no mesmo tom, cabelos presos em rabo-de-cavalo, brincos discretos e uma grande bolsa de palha (fig. 44).

Mr. Big a acompanha em seu traje usual, com terno cinza claro, camisa branca e gravata preta (fig. 44). Da mesma maneira, Aidan combina com Carrie em sua vestimenta casual, usando camiseta preta, com casaco de couro marrom e calças no mesmo tom e um anel de prata (fig. 45). Cada personagem veste-se em acordo com sua companhia, caracterizando casais bastante antagônicos, cujas roupas parecem ter a função de indicar os pares “ideais”.

Na sequência seguinte (05:16-06:59 min), quando ocorre a festa do dia de abertura da feira, Mr. Big retorna ao stand, segurando um copo de whisky e visivelmente embriagado, e encontra Carrie sozinha. Ele indica estar enciumado, referindo-se a seu namorado como Paul Bunyan, um lenhador, personagem do folclore americano, e prossegue fazendo pouco de Aidan. Apoia o copo sobre o móvel de madeira —Carrie pega o copo e seca a marca deixada por ele sobre o tampo— e chama Aidan de Daniel Boone, caçador e explorador americano que viveu no século XVIII. Quando a protagonista pergunta sobre sua mulher, ele

responde que ela está no leilão, de olho em uma cadeira bege, e completa, demonstrando descontentamento, que tudo em seu apartamento agora é bege.

Mr. Big: *Bege é uma droga.*

Carrie: *Eu pensei que você queria bege.*

Mr. Big: *É, bem, não se encaixa muito bem.* (tradução nossa).

Então, ele conta que o casamento —de apenas sete meses (08:01 min)— não está dando certo. Carrie diz que o assunto não a interessa e o deixa, mas cede no fim do episódio, ao ser procurada por sua grande paixão, e ambos iniciam um caso (29:55 min).

Mr. Big usa a cor bege como uma metáfora para seu casamento monótono, sem cor. Ele confessa a Carrie que o tipo de casamento e o tipo de esposa que escolheu não o fazem feliz. Embora a associação da cor bege com Natasha represente aqui um aspecto negativo, não podemos deixar de considerá-la como um signo distintivo. Sendo Natasha uma das representações da alta elite, podemos pensar que sua preferência pela “ausência de cor”, —que também caracteriza a decoração do lar da *wasp* Charlotte⁸²— indica um gosto relacionado ao seu status. Gosto que de fato é compartilhado pelo marido, que já adotava os tons neutros na decoração de seu apartamento, mesmo antes do casamento⁸³ —vale observar também a decoração do apartamento de Coco Chanel à rua Cambon, em Paris, no andar superior da maison (fig. 7).

Bege ou *nude* (conforme a nova “roupagem” criada nos últimos anos pela indústria da moda) é a cor escolhida por Charlotte —cuja preferência pela “ausência de cor” também se estende aos arranjos de flores (brancas)⁸⁴, os quais considera uma opção “de bom gosto”⁸⁵ para qualquer ocasião— para vestir suas damas de honra⁸⁶ no casamento “de seus sonhos” com Trey, um respeitável médico, descendente da tradicional família MacDougal, de herança escocesa —ou, como Carrie o define, “um médico de família rica e tradicional que tinha uma vida

⁸² *Valley of the twenty-something guys* (SEX and the City collection, 2011, temporada 1, disco 1, episódio 4, 11:48 min), *Shortcomings* (Ibid., temporada 2, disco 3, episódio 15, 15:59 min) e *Ring a ding ding* (Ibid., temporada 4, disco 3, episódio 16, 09:46 min).

⁸³ *The drought* (Ibid., temporada 1, disco 2, episódio 11, 02:18 min) e *Ex and the city* (Ibid., temporada 2, disco 3, episódio 18, 23:27 min).

⁸⁴ *Ring a ding ding* (Ibid., temporada 4, disco 3, episódio 16, 10:36 min) e *Pick-a-little, talk-a-little* (Ibid., temporada 6, disco 1, episódio 4, 20:40 min).

⁸⁵ *My motherboard, my self* (Ibid., temporada 4, disco 2, episódio 8, 14:31 min).

⁸⁶ *Don't ask, don't tell* (Ibid., temporada 3, disco 2, episódio 12, 22:24 min).

perfeita”⁸⁷. Já a extravagante Samantha declara detestar a cor que é obrigada a usar durante a cerimônia⁸⁸.

Não por acaso, ao refletir sobre o que faz uma mulher ser elegante, Danuza Leão conclui: “Elas se vestem sempre de maneira bastante discreta, e é raro usarem cores fortes” (LEÃO, 2008, p. 69). O questionamento surge quando, em Paris, encontra Lee Radziwill, a irmã de Jacqueline Kennedy Onassis, sentindo inveja daquela mulher “muito chique”, vestida com *tailleur* branco e sapato bicolor —outro clássico Chanel—, com cabelo na altura dos ombros e magra. Bourdieu, relacionaria a magreza elegante das irmãs Bouvier ao gosto de liberdade, o qual, como já visto, opõe-se ao gosto da necessidade. Ao observar que as preferências na alimentação relacionam-se com a “ideia que cada classe faz do corpo” e dos efeitos da alimentação sobre ele, o sociólogo aponta como as classes populares, ao privilegiarem a força no lugar da forma, tendem a procurar produtos baratos e nutritivos, enquanto os indivíduos de classes superiores preferem alimentos “bons para a saúde, leves e que não fazem engordar” (BOURDIEU, 2008, p. 179).

Nas imagens selecionadas para as análises anteriores, vimos Carrie com *looks* completamente beges em duas ocasiões: na visita à avó do amigo Stanford e na noite do primeiro encontro efetivo com Mr. Big. Nesses dois casos, faz-se particularmente interessante notar como a cor atua de maneira bastante diferente nas roupas escolhidas. Embora o bege, associado ao conjunto de calça e casaco, represente a discrição como fator ligado à distinção (fig. 1), sua aplicação em uma peça curta e de modelagem tão reveladora quanto o “vestido nu” produz o efeito exatamente contrário, como se a roupa se confundisse com o próprio corpo da personagem (fig. 37).

O uso do bege —com a mesma conotação do *tailleur* da visita à Sra. Blatch— é também a escolha de Carrie para acompanhar um de seus namorados, o político Bill Kelley, durante a campanha para um novo cargo, no início do episódio *Politically erect* (Politicamente ereto), da terceira temporada (disco 1, episódio 2, 01:03-01:42 min). A fim de figurar ao lado do candidato, para o qual a manutenção das boas aparências é fundamental, e após a devida pesquisa sobre o figurino da Sra. Kennedy, ela adota *looks* predominantemente beges (figs. 46 e 47), providenciando inclusive um casaco *vintage* original criado pelo estilista Roy Halston Frowick, que

⁸⁷ *The Big time* (SEX and the City collection, 2011, temporada 3, disco 2, episódio 8, 01:35 min).

⁸⁸ *Don't ask, don't tell* (Ibid., temporada 3, disco 2, episódio 12, 07:10 min).

ficou famoso quando um de seus chapéus foi usado pelo ícone de estilo, na posse do marido John Kennedy, em 1961 (HALSTON, [1996?]), usado com sapatos bicolores, bolsa marrom, pulseiras de ouro, grandes óculos de sol e cabelos alisados (fig. 46) —estes últimos, referências complementares à primeira-dama⁸⁹. Apesar do esforço da protagonista para parecer distinta, Bill Kelley rompe o namoro a conselho de seus assessores, que, tendo lido a coluna de Carrie, passam a considerar a relação uma ameaça à imagem do político (26:28 min).

Figura 46 – 6ª seleção, 01:14 min



Fonte: SEX and the City collection, 2011, temporada 3, disco 1, episódio 2

Figura 47 – 6ª seleção, 01:40 min



Fonte: SEX and the City collection, 2011, temporada 3, disco 1, episódio 2

⁸⁹ Imagem disponível no Anexo D.

Após encontros furtivos em hotéis espalhados por Mahattan, Mr. Big leva Carrie para seu apartamento quando Natasha se ausenta em viagem aos Hamptons (temporada 3, disco 2, 23:02-24:58 min). Ele sai para uma reunião de trabalho, deixando a amante, que se demora um pouco mais no apartamento. Após tomar banho, Carrie procura algo para comer na cozinha e observa os objetos da casa, tentando descobrir um pouco mais sobre a esposa de Mr. Big e notando que ela gosta de rosas champanhe e coleciona açucareiros de porcelana antigos (24:59-25:19 min). Ao invés de priorizar a renovação sugerida pelo fluxo constante de novidades, Natasha preserva peças ligadas ao tempo, objetos que carregam história. Conforme explica Bourdieu, “possuir algo ‘antigo’, ou seja, as coisas presentes que são do passado da história acumulada, entesourada, cristalizada — tais como títulos de nobreza e nomes nobres, châteaux ou ‘mansões históricas’, quadros e coleções, vinhos velhos e móveis antigos—, é dominar o tempo [...]” (BOURDIEU, 2008, p.70). Assim, através do apreço pelas antiguidades, associa-se à jovem Natasha o valor distintivo do tempo.

Carrie acaba sendo surpreendida por Natasha, que antecipa o retorno da viagem e, ao tentar alcançá-la quando foge pelas escadas de serviço, sofre uma queda e quebra o nariz (25:50 min). Carrie a acompanha ao hospital, providenciando um táxi, mas não consegue reparar o dano, pois mesmo pondo um fim no caso com Mr. Big, ela causa a separação do casal.

O último encontro das mulheres se dá no penúltimo episódio da terceira temporada (disco 3, episódio 17, 24:51-28:05 min), *What goes around comes around* (Carmas). Sentindo-se culpada depois de Natasha lançar-lhe olhar de desprezo em um encontro casual, num restaurante (03:27 min), e ao descobrir que a moça abandonara Mr. Big (10:59 min), Carrie decide dizer-lhe o quanto lamenta o mal que lhe causou. Inicialmente, ela tenta ligar para Natasha, mas esta se recusa a atendê-la. Então, Carrie descobre, através da assistente de Samantha, o local onde a ex-mulher de Mr. Big almoçaria e vai a seu encontro.

A protagonista a aborda no restaurante, sentando-se à mesa onde ela aguarda seu acompanhante. Surpresa, Natasha reage ameaçando gritar, mas se contém e escuta o que Carrie tem a dizer, em silêncio. Quando a protagonista termina, a morena responde que ela também sente muito e lhe dá um sermão:

Natasha: *Lamento tudo que aconteceu. Lamento ele ter mudado para Paris e se apaixonado por mim. Lamento termos nos casado.*

Lamento ele ter me traído com você e lamento ter passado tanto tempo fingindo que não sabia. Lamento tê-la encontrado em meu apartamento, caído da escada e quebrado meu dente. Lamento muito que, depois de uma dolorosa cirurgia dental, a cor deste dente seja diferente da deste outro. Finalmente, lamento você ter sentido a necessidade de vir aqui. Agora, além de ter arruinado meu casamento, você arruinou meu almoço. Acho que é isso que eu tinha a dizer (tradução nossa).

O acompanhante de Natasha chega em seguida, e Carrie parte, cabisbaixa, dando-se conta de que, graças a ela, Natasha estava de volta no mercado dos solteiros: “Como se as mulheres solteiras já não tivessem problemas o suficiente” (tradução nossa).

Apesar de visivelmente incomodada com a presença de Carrie, Natasha permanece praticamente imóvel, sem sequer alterar o tom de voz (fig. 48). Ela se contém diante da desagradável surpresa, expressando sua raiva através do discurso com o qual repreende a protagonista, numa reação bastante diferente do escândalo de Carrie no outro restaurante, ao descobrir sobre seu noivado. Podemos considerar que o autocontrole da jovem reflete as maneiras inerentes à sua classe, como já demonstrado no comportamento de Mr. Big e Serena Bush, diante do incidente envolvendo Carrie e Jeremiah. Autocontrole que se opõe às reações explosivas e à expressividade “popular” de Bradshaw (BOURDIEU, 2008, p. 37).

Figura 48 – 6ª seleção, 26:00 min



Fonte: SEX and the City collection, 2011, temporada 3, disco 3, episódio 17

Como nos encontros anteriores, o vestuário adotado por ambas reitera as diferenças entre as mulheres, exibindo as essências de seus “estilos”: Carrie, com seu vestido de grife “assinado”, que exhibe na parte frontal o nome de Christian Dior e leva nas alças suas iniciais em metal dourado, com saia de corte assimétrico e estampa bem-humorada, imitando a impressão das manchetes de jornal, cabelos “indomados” e o colar de ouro com seu nome (figs. 49 e 50); e Natasha veste um vestido rosa pálido, exibindo a tonalidade neutra de costume, com o clássico colar de pérolas de uma volta, brincos também de pérolas e cabelos presos em um rabo de cavalo (fig. 48).

Figura 49 – 6ª seleção, 24:53 min



Figura 50 – 6ª seleção, 25:01 min



Fonte: SEX and the City collection, 2011, temporada 3, disco 3, episódio 17

A comparação entre as personagens deixa claro que fatores influenciaram Mr. Big na escolha da esposa. Natasha representa o tipo que ele considera adequado para ter ao seu lado: uma moça de família, com capitais e origem social condizentes ao seu, boa-educação e discrição. Qualidades que, não sendo detectadas em Carrie, levaram-no a rejeitá-la.

Mais do que isso, a protagonista demonstrou-se resistente ao “aprendizado” requerido para o casamento com Mr. Big e sua consequente elevação social. Uma necessidade que logo foi detectada por Coco Chanel, ao cair nas graças do homem poderoso que lhe possibilitou trilhar o sucesso. A jovem, que pagara a educação em uma escola para moças com o trabalho doméstico e entretinha os amigos abastados do bem-nascido Etienne Balsan com seu “jeito engraçado”, observava

cuidadosamente as damas e cavaleiros a seu redor, absorvendo tudo que podia. Esse seu “aprendizado tardio” é mencionado em diversos momentos no livro *Coco Chanel* de Marcel Haedrich, frequentemente na voz da própria *Mademoiselle*. Como aponta o autor: “Coco fizera progressos, evoluíra, mudara de meio, quase de essência. [...] De certa forma, em Royallieu [propriedade de Balsan onde viveu por cerca de cinco anos] ela adquirira um título de nobreza” (HAEDRICH, 1988, p. 63). Após a conquista do sucesso, ela completa sua “educação” com a amiga Misia Sert, de uma família de aristocratas russos —a qual vestiu de branco para o enterro, onde também só foram aceitas flores brancas (HAEDRICH, 1988, p. 99)—, substituindo o gosto popular pelos romances-folhetins lidos na juventude (HAEDRICH, 1988, p. 39) pela apreciação da ópera de Wagner, que já estava “apta” a compreender na primeira vez que a ouviu (CHANEL apud HAEDRICH, 1988, p. 91), e de ostras, que se obrigou a comer até habituar-se ao gosto, a fim de não fazer feio no restaurante da moda, o Maxim’s (HAEDRICH, 1988, p. 68).

Assim como no caso de Carrie e Mr. Big, o homem que Coco Chanel amou, Boy Capel, preferiu casar-se com outra mulher, apesar dos sentimentos profundos que nutria pela estilista. Inglês rico, mas sem berço, ele escolhe a filha de um barão que “trazia, como dote, a nobreza” (HAEDRICH, 1988, p. 75), mantendo Chanel como amante.

Se Carrie “traz cor” à vida de Mr. Big, uma vez que o diverte, similarmente ao interesse que Coco Chanel despertava nos amigos de Balsan, entretendo-os, a protagonista de *Sex and the City* não busca, como a estilista, a adequação necessária para penetrar no círculo social superior. Como frisa na festa de Serena Bush, ela mantém-se “ela mesma”.

Vale notar que, apesar da juventude de Natasha, é Carrie quem Mr. Big chama carinhosamente de *kid*. É ela que tem falta de jeito e cujas atitudes são “releváveis” assim como as das crianças.

Quando Carrie quer ser levada a sério, abandona o colorido e apresenta-se diante de Mr. Big muito “distinta”, rendendo-se ao *tailleur* Chanel⁹⁰, num *look* totalmente branco.

Trata-se da ocasião na qual o procura em seu escritório para pedir aconselhamento financeiro, no décimo sexto episódio da quarta temporada (disco 3),

⁹⁰ Informação disponível em: <<http://www.hbo.com/sex-and-the-city/episodes#/sex-and-the-city/episodes/4/64-ring-a-ding-ding/article/fashion-credits.html>>, acesso em: 22 mar. 2013.

Ring a ding ding (O apartamento). Carrie vê-se diante do risco de perder o apartamento que aluga, quando o rompimento com Aidan faz com que o imóvel, que ele havia adquirido, seja colocado à venda (04:47 min). Ao ter seu pedido de empréstimo rejeitado pelo banco (08:24 min), ela procura Mr. Big na esperança de que ele, que é capaz de multiplicar fortunas lidando com finanças, possa ajudá-la a conseguir dinheiro (15:09 min).

Ele nota o traje de imediato: “Ora, veja você, toda arrumada. Se candidatando a um emprego aqui?” (tradução nossa).

Para a situação tão delicada, Carrie adota um *tailleur* Chanel, com saias amplas, com comprimento abaixo dos joelhos, uma blusa fina, cuja gola aparenta um lenço, bolsa branca, como todo o traje, brincos de pérola, que combinam com o botão do casaco, cabelos “devidamente” alisados e presos, não dispensando sequer o uso de luvas, “como uma perfeita dama” (fig. 51).

Figura 51 – 6ª seleção, 14:57 min



Fonte: SEX and the City collection, 2011, temporada 4, disco 3, episódio 16

A intenção de Carrie não é seduzir o antigo amante nem se socializar com um amigo, tampouco diverti-lo. Ao invés de um telefonema ou uma visita ao seu apartamento, a ocasião pede um encontro formal, em seu local de trabalho, para o qual ela abandona o colorido e o bom-humor no vestir, dadas a importância e seriedade de sua missão.

Ao invés de lhe dar dicas financeiras, Mr. Big —que dessa vez complementa seu traje social (terno escuro risca de giz, camisa branca e gravata cinza com padronagem quadriculada) com abotoaduras, “pormenores distintos”, além do relógio de ouro (fig. 52)— decide lhe emprestar o dinheiro.

Figura 52– 6ª seleção, 15:19 min



Fonte: SEX and the City collection, 2011, temporada 4, disco 3, episódio 16

Ao conversar sobre o acontecido com as amigas, ela resolve rasgar o cheque e pensar em outra alternativa para solucionar seu problema (17:32 min). Sua situação se resolve com a ajuda de Charlotte, que após demonstrar-se inicialmente resistente a um empréstimo, oferece seu anel de noivado, o solitário “mais belo” encontrado por ela e pelo ex-marido Trey, na lendária joalheria Tiffany & Co.⁹¹, para que Carrie consiga o dinheiro de que necessita (27:26 min).

A consagração do clássico

Na primeira sequência cinematográfica da série, *Sex and the City: o filme*, Carrie finalmente se casa com Mr. Big. Contudo, ao contrário de uma inversão de valores, o filme corrobora as formas de distinção demonstradas ao longo da série.

O casal, que reatara o relacionamento no último episódio da série, em Paris —com final feliz e o clichê da paixão na capital francesa—⁹², decide morar junto e

⁹¹ *All or nothing* (SEX and the City collection, 2011, temporada 2, disco 2, episódio 10, 24:39 min).

⁹² *An American girl in Paris (part deux)* (Ibid., temporada 6, disco 5, episódio 20, 37:32 min).

compra uma suntuosa cobertura na Quinta Avenida (SEX and the City: o filme, 2008, 06:42 min). Após a ida a um leilão de joias de uma mulher que perdera tudo ao ser abandonada pelo homem com quem se relacionara por dez anos, Carrie fica insegura quanto ao seu futuro, pois o imóvel foi inteiramente pago pelo namorado (07:56-10:21 min). Ao demonstrar sua preocupação por não ter direitos legais sobre o lar que construir com ele, Carrie é finalmente pedida em casamento (10:21-12:08 min). O pedido acontece na cozinha do apartamento de Mr. Big, numa conversa corriqueira, sem qualquer planejamento prévio ou romantismo. Como Carrie conta a Samantha: “Não tem esse clichê de se ajoelhar. São só dois adultos tomando a decisão de passar suas vidas juntos” (14:35 min, tradução nossa).

O evento, que inicialmente é planejado como uma recepção pequena para setenta e cinco convidados, acaba atingindo proporções inimagináveis quando Carrie ganha um vestido de noiva da estilista inglesa Vivienne Westwood, digno de uma grande cerimônia (20:01 min). A estilista lhe envia o traje de presente depois de vê-la vestida com ele em um ensaio fotográfico feito para a *Vogue* a convite de sua chefe, editora da revista (18:08-19:46 min). Embora o noivo prefira ser discreto em relação ao casamento, ela não resiste ao convite para protagonizar uma das matérias da publicação que tanto idolatra, vestindo trajes de noiva da alta-costura (Dior, Oscar de la Renta, Christian Lacroix, Lanvin, Vera Wang, Carolina Herrera e Vivienne Westwood), maquiada e penteada pelos profissionais da *Vogue* e “clificada” por um fotógrafo colaborador da revista (17:33 min).

Conseqüentemente, o casamento que já havia sido anunciado na *Page Six*, do *New York Post*, se transforma em uma cerimônia para duzentos convidados, a ser realizada em um salão do edifício faustoso que hospeda a Biblioteca Pública de Nova York.

Apesar de não ficar claro como o evento é publicado no jornal, Carrie não parece descontente com o fato, como o demonstra Mr. Big. Pelo contrário, acreditamos que, embora aparente desinteresse ao receber a notícia através de um telefonema de Charlotte (16:29 min), ela, no fundo, compartilhe da satisfação demonstrada pela amiga, por seu noivado, assim como o casamento de Natasha, figurar no jornal. Entretanto, vale comentar uma sutil diferença entre as publicações: enquanto o segundo casamento de Mr. Big foi publicado na mesma seção, do *New York Times*, que outrora também fora cobiçada por Charlotte, o enlace com Carrie é anunciado em uma seção de um tabloide dedicada a fofocas sobre celebridades.

As mudanças nos planos iniciais para o casamento chegam inclusive a motivar uma discussão entre o casal. Na sequência onde Carrie comunica o novo aumento na lista de convidados (36:32-38:32 min), necessário “por causa do vestido”, Mr. Big perde a paciência com sua insistência em conversar sobre o evento enquanto ele está ocupado com as contas da reforma do novo apartamento. A protagonista o pressiona, perguntando sobre os votos que deverá pronunciar diante de tantas pessoas, e ele revela seu descontentamento diante de tamanho “circo”:

Carrie: Você não está levando isso a sério.

Mr. Big: Não, não estou. É um circo! Duzentas pessoas? Page Six? Esse é meu terceiro casamento. Como você acha que fica minha imagem?

Carrie: Eu não pensei que isso fosse um problema. Então por que você não falou nada antes?

Mr. Big: Você queria tudo isso.

Carrie: É, queria. Mas você não quer...

Mr. Big: Eu quero você. É isso que quero. Pra mim, bastava ir ao cartório (tradução nossa).

Ao transformar a cerimônia em um evento “espetacular”, Carrie provoca sua ruína: diante de tamanha pressão, o noivo a abandona no momento da cerimônia.

O casamento se realiza no fim do filme, cerca de cinco meses depois, após inúmeros pedidos de desculpas de Mr. Big e Carrie se recuperar da decepção, percebendo que havia exagerado ao conceber um evento que, ao invés de celebrar o casal, tratava-se de uma realização pessoal particular (01:43:10 h).

A reconciliação ocorre na cobertura, que havia sido vendida, quando ambos decidem buscar o par de sapatos novos, de quinhentos e vinte e cinco dólares (02:10:01 h), que Carrie havia deixado no *closet* de seus sonhos (02:10:37-02:13:50 min). Dessa vez, Mr. Big pede sua mão “como manda o figurino”: ajoelhado e, na ausência do tradicional diamante, com o precioso exemplar de Manolo Blahnik assumindo o papel do anel de noivado. Carrie, a Cinderela contemporânea, calça seu par de *escarpins* (tipo de calçado feminino de salto alto) azuis com fivelas cravejadas de cristais.

Carrie e Mr. Big finalmente se casam, no cartório e sem convidados (02:13:50-02:14:24 h). Ele de terno preto, com camisa e gravata brancas, e sapato social preto; ela com *tailleur* branco, que comprara em um brechó, *clutch* em amarelo pálido, os *escarpins* azuis de seu designer favorito, pulseira e brincos de argola de brilhantes e cabelos alisados (fig. 53). O modelo *vintage*, sem grife, de

Carrie —que ela soube, assim que viu, ser o modelo ideal para se casar com Mr. Big: “simples e clássico” (15:51 min)— era sua primeira escolha para a cerimônia e havia sido reprovado por Charlotte e Anthony Marentino —amigo desta, organizador de casamentos—, que o consideraram simples demais, aprovando sua substituição pelo presente da estilista inglesa. Embora a discrição representada no *tailleur* seja uma qualidade apreciada por Charlotte —que, de fato, declara achar o conjunto bonito (15:48 min)—, é preciso considerar que o casamento sempre foi o maior sonho da personagem, sendo por isso natural para ela que deva envolver uma grande celebração e um vestido especial —de preferência criado pela estilista Vera Wang, cuja assinatura é tão cobiçada pelas noivas, como o vestido “perfeito”, que ela escolhera para casar-se com Trey MacDougal⁹³.

Figura 53 – 7ª seleção, 02:14:28 h



Fonte: SEX and the City: o filme, 2008

A produção de Carrie para a celebração anterior trazia o vestido exuberante de Vivienne Westwood, acompanhado de véu, brincos de pérola, buquê volumoso, maquiagem elaborada, com batom vermelho, e uma complementação “digna” de uma *fashionista*, admiradora dos editoriais de moda: um penteado extravagante, com aplicação de um “pássaro” azul (figs. 54 e 55).

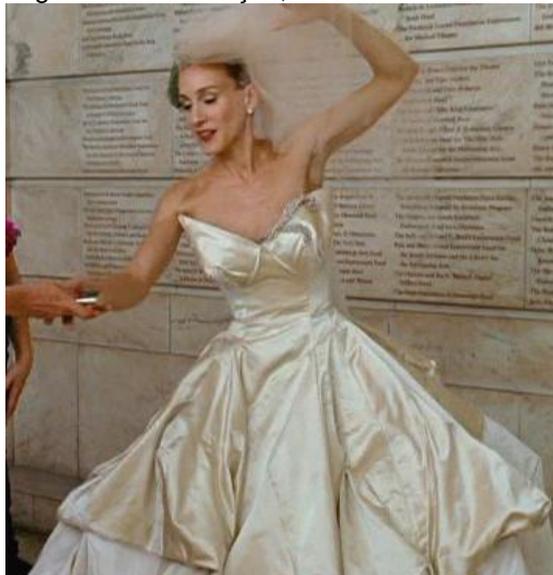
⁹³ *Running with scissors* (SEX and the City collection, 2011, temporada 3, disco 2, episódio 11, 11:37 min).

Figura 54 – 7ª seleção, 48:04 min



Fonte: SEX and the City: o filme, 2008

Figura 55 – 7ª seleção, 50:27 min



Sendo o casamento da protagonista com Mr. Big —o objetivo que perseguiu durante os seis anos da série— consumado apenas quando ela abandona a fascinação pelos objetos da moda efêmera, o filme coroa a distinção da elegância discreta, da moda imbuída do valor do tempo, que aqui prevalece sobre a criatividade e o luxo associados às grifes.

CONCLUSÃO

Por mais que a dinâmica social e a configuração das classes tenham se alterado ao longo dos tempos, assim como o papel da moda nas relações entre os diferentes grupos socioeconômicos e suas frações, os crivos distintivos permanecem, aproximando e separando os sujeitos por meio do gosto e do comportamento.

Ao contrário do que assinalam certas correntes teóricas e parecem sugerir as próprias roupas e corpos, nem todas as barreiras de classe foram rompidas no campo do vestuário, onde a “distinção” ainda representa um sutil valor social e expressivo.

A segmentação, que hoje caracteriza a multiplicidade dos estilos de vida, não aboliu os impulsos distintivos e o mimetismo perceptíveis na moda de outrora, e as escolhas relacionadas à aparência permanecem condicionadas aos meios frequentados pelos indivíduos, que, apesar de gozarem de liberdade e autonomia, mantêm-se sujeitos a um sistema de regulações estéticas que não se democratiza.

Se, por um lado, como produto da indústria cultural, *Sex and the City* exalta os valores de uma sociedade hedonista e individualista regida pelo consumo, que fizeram de Carrie Bradshaw um ícone de moda, por outro, a série apresenta a distinção como um fator avesso à febre das novidades e ao exibicionismo. Mesmo consagrando a originalidade criativa da moda e o ecletismo de estilos, glorificando as grifes e seus objetos de desejo, *Sex and the City* revela que as relações distintivas através da moda ainda se apoiam em conceitos relacionados à tradição e ao tempo.

Sendo assim, ao buscar a preservação de qualidades que representam a raridade ligada ao status, a distinção não se relaciona com a efemeridade da moda atual, da moda que prestigia a juventude e à qual Lipovetsky relaciona o desprendimento do prestígio do passado. Trata-se das qualidades observadas por Roland Barthes nas criações de Coco Chanel. Criações que em suas palavras:

[...] contestam a própria ideia de moda. A moda (como concebemos hoje) baseia-se num sentimento violento de tempo. A cada ano, a moda destrói o que acaba de adorar, adora o que acaba de destruir [...] Da própria coisa que nega a moda, ou seja a duração, Chanel faz uma qualidade preciosa (BARTHES, 2005, p. 367).

Conforme as considerações já feitas sobre o emprego de estereótipos pelos produtos do monopólio, convém frisar que o chique de *Sex and the City* também representa um estereótipo da elegância, o “chique midiático”. Estereótipo que, contudo, reflete o imaginário geral, composto pelos signos da distinção, generalistas, que não consistem na realidade, e sim na representação, esvaziada de sua complexidade.

Através das referências a Coco Chanel e Jacqueline Kennedy Onassis, *Sex and the City* traz a distinção associada ao clássico atemporal, à discrição chique, à finura no portar-se e aos indivíduos ligados ao poder e à aristocracia, demonstrando como tais ícones de elegância permanecem enraizados no imaginário americano e nos levando a indagar se ela se expressaria de maneira correspondente no Brasil e quais ícones nacionais a representariam.

Enquanto o luxo faustoso e a ostentação relacionavam-se com a exibição de status em épocas passadas, hoje a distinção não se demonstra de maneira tão diferente de quando refletia os ideais burgueses modernos, mantendo-se ligada à diferenciação discreta e à estilização do viver.

A oposição entre a distinção associada à discrição —que não deve ser confundida com discrição modesta, pois não implica a abolição dos objetos preciosos— e a ostentação da riqueza caracterizará a luta no âmago da elite. Luta que, como já observado por Bourdieu, se dará através da demonstração da antiguidade na classe e da discriminação entre o “gosto puro” e o “gosto bárbaro”:

[...] o exibicionismo ingênuo do “consumo ostensivo” que procura a distinção na exibição primária de um luxo mal dominado nada é ao lado da capacidade única do olhar puro, poder quase criador que separa do comum por uma diferença radical já que, aparentemente, está inscrita nas “pessoas” (BOURDIEU, 2008, p. 34).

Trazendo a moda em sua forma mais “espetacular”, o filme *Sex and the City 2* adere a esse luxo ostensivo, que inicia no suntuoso casamento “gay” de Stanford Blatch e Anthony Marentino, com direito a um riacho artificial com cisnes no melhor estilo Luís XIV⁹⁴, e se estende à temporada passada pelas personagens em um luxuoso hotel em Abu Dhabi, nos Emirados Árabes Unidos, rodeadas de extravagâncias, que incluem automóveis Maybach (divisão de alto luxo da Chrysler,

⁹⁴ SEX and the City 2, 2010, 06:28 min.

criada depois da aquisição desta pela Mercedes-Benz) com motoristas⁹⁵ e mordomos⁹⁶ particulares para cada uma delas, além de uma nababesca “sessão de troca de roupas” em pleno deserto⁹⁷ —que sequer abole os saltos altos para a caminhada na areia. Uma moda “fabulosa” que fascina o espectador e, como vimos, pode envolver todas as grandes grifes, mas nem por isso é sinônimo de distinção.

⁹⁵ SEX and the City 2, 2010, 01:04:13 h.

⁹⁶ Ibid., 01:07:31 h.

⁹⁷ Ibid., 01:25:58-01:28:48 h.

REFERÊNCIAS

Bibliografia

AKASS, Kim; MCCABE, Janet (Ed.). *Reading Sex and the City*. London: I. B.Tauris, 2004.

AVELAR, Suzana. *Moda: globalização e novas tecnologias*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009.

BARTHES, Roland. Moda. In: _____. *Inéditos*. São Paulo: Martins Fontes, 2005. p. 255-380.

_____. O tempo que faz. In: _____. *Roland Barthes por Roland Barthes*. São Paulo: Estação Liberdade, 2003. p. 193.

_____. *Sistema da moda*. Lisboa: Edições 70, 1999.

BAUDELAIRE, Charles. Salão de 1846. In: _____. *Poesia e Prosa*. Rio de Janeiro: Nova Aguilar, 1995. p. 671-731.

BAUDOT, François. *Chanel*. São Paulo: Cosac & Naify, 1999. (Coleção Universo da Moda).

BIGNELL, Jonathan. Sex, confession and witness. In: AKASS, Kim; MCCABE, Janet (Ed.). *Reading Sex and the City*. London: I. B.Tauris, 2004. p. 161-176.

BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp, Porto Alegre: Zouk, 2008.

BRUZZI, Stella; GIBSON, Pamela C. Fashion is the fifth character: fashion, costume and character in Sex and the City. In: AKASS, Kim; MCCABE, Janet (Ed.). *Reading Sex and the City*. London: I. B.Tauris, 2004. p. 155-129.

CARTER, Charla. Sex and the City. *Máxima*, Lisboa, ano 20, n. 238, p. 132-139, jul. 2008. Editorial de moda. Fotografias de Caroline Knopf.

CASTILHO, Kathia. *Moda e linguagem*. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2006.

CHEVALIER, Jean; GHEERBRANT, Alain. *Dicionário de símbolos: mitos, sonhos, costumes, gestos, formas, figuras, cores, números*. 23. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2009.

CIETTA, Enrico. *A revolução do fast-fashion: estratégias e modelos organizativos para competir nas indústrias híbridas*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

CRANE, Diana. *A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas*. 2. ed. São Paulo: Senac, 2009.

DEJEAN, Joan. *A essência do estilo: como os franceses inventaram a alta-costura, a gastronomia, os cafés chiques, o estilo, a sofisticação e o glamour*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010.

DOWNING, John D. H. Grafite e vestuário. In: DOWNING, John D. H. et al. *Mídia radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais*. São Paulo: Senac, 2002, p. 173-182.

EMBACHER, Airton. *Moda e identidade: a construção de um estilo próprio*. 3. ed. São Paulo: Anhembi Morumbi, 1999.

GILL, Rosalind. *Gender and the media*. Cambridge: Polity, 2007.

HAEDRICH, Marcel. *Coco Chanel*. Rio de Janeiro: Rocco, 1988.

HENRY, Astrid. Orgasms and empowerment: Sex and the City and the third wave feminism. In: AKASS, Kim; MCCABE, Janet (Ed.). *Reading Sex and the City*. London: I. B.Tauris, 2004. p. 65-82.

JERMYN, Deborah. *Sex and the City*. Detroit: Wayne State University Press, 2009.

KÖNIG, Anna. Sex and the City: a fashion editor's dream? In: AKASS, Kim; MCCABE, Janet (Ed.). *Reading Sex and the City*. London: I. B.Tauris, 2004. p. 130-143.

LAVIER, James. *A roupa e a moda: uma história concisa*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LAWLOR, Laurie. *Where will this shoe take you?: a walk through the history of footwear*. New York: Walker and Company, 1996.

LEÃO, Danuza. *Fazendo as malas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia de Bolso, 2009.

LURIE, Alison. *A linguagem das roupas*. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. São Paulo: Senac, 2003.

MARCONDES FILHO, Ciro. Introdução: a análise do produto cultural. In: _____ (Org.). *Dieter Prokop: sociologia*. São Paulo: Ática, 1986, p. 7-26. (Coleção Grandes Cientistas Sociais).

MATOS, Olgária Chain Féres. *Benjaminianas: cultura capitalista e fetichismo contemporâneo*. São Paulo: Editora UNESP, 2010.

_____. A cena primitiva, capitalismo e fetiche em Walter Benjamin. In: _____. *Discretas esperanças: reflexões filosóficas sobre o mundo contemporâneo*. São Paulo: Nova Alexandria, 2006. p. 67-84.

_____. Benjamin e o moderno: o feminino em três tempos. In: _____. *Discretas esperanças: reflexões filosóficas sobre o mundo contemporâneo*. São Paulo: Nova Alexandria, 2006. p. 177-202.

MCCABE, Janet; AKASS, Kim. Introduction: welcome to the age of un-innocence. In: AKASS, Kim; MCCABE, Janet (Ed.). *Reading Sex and the City*. London: I. B.Tauris, 2004. p. 1-14.

NELSON, Aslhey. Sister Carrie meets Carrie Bradshaw: exploring progress, politics and the single woman in *Sex and the City* and beyond. In: AKASS, Kim; MCCABE, Janet (Ed.). *Reading Sex and the City*. London: I. B.Tauris, 2004. p. 83-95.

PAMUK, Orhan. Museus e romances. In: _____. *O romancista ingênuo e o sentimental*. São Paulo: Companhia das Letras, 2011. p. 88-108.

PROKOP, Dieter. Fascinação e tédio na comunicação: produtos de monopólio e consciência. In: MARCONDES FILHO, Ciro (Org.). *Dieter Prokop: sociologia*. São Paulo: Ática, 1986a. p. 149-194. (Coleção Grandes Cientistas Sociais).

_____. O papel da sociologia do filme no monopólio internacional. In: MARCONDES FILHO, Ciro (Org.). *Dieter Prokop: sociologia*. São Paulo: Ática, 1986b. p. 43-59. (Coleção Grandes Cientistas Sociais).

SABINO, Marco. *Dicionário da moda*. Rio de Janeiro: Elsevier, Campus, 2007.

SIQUEIRA, Anna Carolina Arena. Gênero: a propriedade da categoria no contexto da investigação. In: _____. *Masculinidades, trabalho e cuidado em saúde: representações de trabalhadores no contexto de modernização do Porto de Santos - SP*. 2012. 106 f. Texto de qualificação de doutorado. Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012. p. 23-33.

SOHN, Amy. *Sex and the City: kiss and tell*. 2 ed. Basingstoke: Boxtree, 2004.

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

TENDINHA, Rui Pedro. Elas voltaram! *Máxima*, Lisboa, ano 20, n. 238, p. 128-131, jul. 2008.

Filmografia

ELIZABETH: a era de ouro. Direção: Shekhar Kapur. Intérpretes: Cate Blanchett; Geoffrey Rush; Clive Owen e outros. Estados Unidos: Universal Pictures, 2007. 1 DVD (114 min), widescreen anamórfico, color.

GREY Gardens. Direção: Michael Sucsy. Intérpretes: Jessica Lange; Drew Barrymore e outros. Estados Unidos: Warner Brothers, 2009. 1 DVD (130 min), widescreen anamórfico, color.

NOSSO amor de ontem. Direção: Sydney Pollack. Intérpretes: Barbra Streisand; Robert Redford e outros. Estados Unidos: Sony Pictures, 2005. 1 DVD (118 min), widescreen anamórfico, color.

SEX and the City: o filme. Direção: Michael Patrick King. Intérpretes: Sarah Jessica Parker; Kim Cattrall; Kristin Davis; Cynthia Nixon e outros. Estados Unidos: Playarte Pictures, 2008. 1 DVD (145 min), widescreen, color.

SEX and the City 2. Direção: Michael Patrick King. Intérpretes: Sarah Jessica Parker; Kim Cattrall; Kristin Davis; Cynthia Nixon e outros. Estados Unidos: Warner Brothers, 2010. 1 DVD (146 min), widescreen anamórfico, color.

SEX and the City Collection. Produção: Darren Star e Michael Patrick King. Intérpretes: Sarah Jessica Parker; Kim Cattrall; Kristin Davis; Cynthia Nixon e outros. Estados Unidos: Paramount, 2011. 18 DVDs (2706 min), tela cheia, color. Baseado no livro "Sex and the City" de Candace Bushnell.

Webgrafia

ABSOLUTELY Fabulous. [S.l.]: BBC, [1992?-]. Disponível em: <<http://www.bbc.co.uk/programmes/b00jm3ms>>. Acesso em: 16 nov. 2012.

ASCOT RACECOURSE. *The Royal Enclosure Style Guide 2012*. Ascot: Ascot Racecourse, 2012. Disponível em: <<http://edition.pagesuite-professional.co.uk/Launch.aspx?EID=b6a13f26-8d5f-4847-856a-aed46aebb706>>. Acesso em: 23 fev. 2013.

BERGAMASCO, Débora. De underground a Sex and the City. *O Estado de S. Paulo*, São Paulo, 29 out. 2010. Ultra, ed. 5, nov. 2010, p. 12. Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20101029-42745-spo-101-ult-ultr12-not>>. Acesso em: 24 jan. 2013.

BLAKLEY, Johanna. Lessons from fashion's free culture. *TEDxUSC*, [Los Angeles], [13] Apr. 2010. Disponível em: <http://www.ted.com/talks/johanna_blakley_lessons_from_fashion_s_free_culture.html>. Acesso em: 02 nov. 2010.

BOLONIK, Kera; GRIFFIN, Jennifer. The prequel, and sequel, to Sex and the City. *The New York Times*, New York, 22 Jun. 2003. Disponível em: <<http://www.nytimes.com/2003/06/22/arts/television-the-prequel-and-sequel-to-sex-and-the-city.html>>. Acesso em: 20 jan. 2013.

BORGES, Luciana. Sex and the City2: cinco motivos para rever as garotas mais glamourosas do cinema. *Marie Claire*, [São Paulo], 28 mai. 2010. Disponível em: <<http://revistamarieclaire.globo.com/Revista/Common/0,,EMI144052-17610,00-SEX+AND+THE+CITY+CINCO+MOTIVOS+PARA+REVER+AS+GAROTAS+MAIS+GLAMOUROSAS+DO+CI.html>>. Acesso em: 24 jan. 2013.

BUDGET Sex and the City fashions. *The View*. [S.I.]: ABC, 28 May 2010. Disponível em: <<http://theview.abc.go.com/blog/budget-sex-and-city-fashions>>. Acesso em: 25 jan. 2013.

BUNTING, Madeleine. Loadsasex and shopping: a woman's lot. *The Guardian*, [London], 09 Feb. 2001. Disponível em: <<http://www.guardian.co.uk/media/2001/feb/09/comment.broadcasting>>. Acesso em: 17 jan. 2013.

CALEGARI, Maria da Luz. Quem é você em Sex and the city? *Marie Claire*, [São Paulo, entre 2008 e 2013]. Disponível em: <http://editora.globo.com/pesquisas/quiz_marieclaire_030608.htm>. Acesso em: 02 jan. 2013.

CAROLYN Bessette Kennedy. *Biography.com*. [New York]: A+E Networks, [1999?]. Disponível em: <<http://www.biography.com/people/carolyn-bessette-kennedy-9542176>>. Acesso em: 09 mar. 2013.

CARTER, Kate; MILLAR, Rachael. Sex and the City 2: does anyone really care what the characters wear? *The Guardian*. [London], 27 May 2010. Disponível em: <<http://www.guardian.co.uk/lifeandstyle/2010/may/27/sex-and-the-city-2>>. Acesso em: 25 jan. 2013.

CARUSO, Marina. De Bulgari a sandálias Havaianas. *Marie Claire*, [São Paulo], 16 jun. 2011. Disponível em: <<http://revistamarieclaire.globo.com/Revista/Common/0,,EMI188674-17735,00-DE+BULGARI+A+SANDALIAS+HAVAIANAS.html>>. Acesso em: 24 jan. 2013.

CASTRO, Janaína. Quem é você em Sex and the City?. *Claudia*, [São Paulo, entre 2008 e 2013]. Disponível em: <<http://claudia.abril.com.br/testes/quem-e-voce-em-sex-and-the-city>>. Acesso em: 24 jan. 2013.

CHANEL. *Biography.com*. [New York]: A+E Networks, [1996?]. Disponível em: <<http://www.biography.com/people/coco-chanel-9244165>>. Acesso em: 16 mar. 2013.

CHARLOT, Aurore. Les basiques de la maison Chanel. *Elle*, [Levallois-Perret], 09 juin 2009. Disponível em: <<http://www.elle.fr/Mode/Dossiers-mode/Les-basiques-de-la-maison-Chanel-871206>>. Acesso em: 23 fev. 2013.

CHEGA ao Brasil último episódio de Sex and the City. *Estadao.com.br*, [São Paulo], 23 ago. 2004. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/arquivo/arteelazer/2004/not20040823p6711.htm>>. Acesso em: 20 jan. 2013.

COOPER, Leah Faye. Sex is back in style. *New York Post*. New York, 06 Jan. 2013. Disponível em: <http://www.nypost.com/p/entertainment/tv/sex_is_back_in_style_gluB1uQd94ld7xSuac4x4N>. Acesso em: 25 jan. 2013.

DA CAS, Natalia Bettio. Fútil ou não, Sex and the City 2 levanta questões importantes. *Folha de S. Paulo*, [São Paulo], 07 jun. 2010. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folhateen/745839-futil-ou-nao-sex-and-the-city-2-levanta-questoes-importantes.shtml>>. Acesso em: 24 jan. 2013.

EFE. Karl Lagerfeld lança coleção fast fashion para Macy's. *Folha de S. Paulo*, Nova York, 22 jul. 2011. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/947372-karl-lagerfeld-lanca-colecao-fast-fashion-para-macys.shtml>>. Acesso em: 15 jan. 2013.

EMMYS. [Los Angeles]: Academy of Television Arts & Sciences, 1995-. Disponível em: <<http://www.emmys.com/>>. Acesso em: 15 nov. 2011.

ESQUADRÃO da Moda. [São Paulo]: SBT, [2009-]. Disponível em: <<http://www.sbt.com.br/esquadraodamoda/programa/>>. Acesso em: 12 nov. 2012.

FLETT, Kathryn. She's going to score in a minute... *The Observer*, [London], 13 Jan. 2002. Disponível em: <<http://www.guardian.co.uk/theobserver/2002/jan/13/features.review47>>. Acesso em: 02 nov. 2011.

FORUMS and news. *Sex and the City*. [S.l.]: HBO, [1998?-]. Disponível em: <<http://www.hbo.com/sex-and-the-city#/sex-and-the-city/talk/index.html>>. Acesso em: 05 nov. 2011.

FRANKLIN, Nancy. Sex and the single girl. *New Yorker*, New York, p. 74-77, 06. Jul. 1998. Disponível em: <<http://archives.newyorker.com/?i=1998-07-06>>. Acesso em: 02 nov. 2011.

FURQUIM, Fernanda. The Carrie Diaries estreia no Brasil em maio. *Veja*, [São Paulo], 16. jan. 2013. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/blog/temporadas/versao-televisiva/the-carrie-diaries-estreia-no-brasil-em-maio/>>. Acesso em: 24 jan. 2013.

GOLDSCHMIDT, Máira. Assuma a Carrie que há em você! Oito looks inspirados no quarteto de SATC 2. *Chic*, [S.l.], 29 mai. 2010. Disponível em: <<http://chic.ig.com.br/moda/noticia/assuma-a-carrie-que-ha-em-voce-oito-looks-inspirados-no-quarteto-de-em-satc-2-em>>. Acesso em: 24 jan. 2013.

HALSTON. *Biography.com*. [New York]: A+E Networks, [1996?]. Disponível em: <<http://www.biography.com/people/halston-20672697>>. Acesso em: 16 mar. 2013.

ICÔNICA saia de tutu usada por Carrie Bradshaw em SATC custou R\$ 10. *Vogue*, [São Paulo], 07 ago. 2012. Disponível em: <<http://revista.vogue.globo.com/moda/news/iconica-saia-de-tutu-usada-por-carrie-bradshaw-em-satc-custou-r-10/>>. Acesso em: 24 jan. 2013.

INTERVIEW with actress Sarah Jessica Parker. *Larry King Live*. [S.l.]: CNN, 25 Feb. 2004. Transcrição de entrevista. Disponível em: <<http://transcripts.cnn.com/TRANSCRIPTS/0402/25/lkl.00.html>>. Acesso em: 21 jan. 2013.

JACQUELINE Kennedy Onassis. *Biography.com*. [New York]: A+E Networks, [1996?]. Disponível em: <<http://www.biography.com/people/jacqueline-kennedy-onassis-9428644>>. Acesso em: 10 mar. 2013.

JUDITH LEIBER. The Leiber legacy. [S.l.], [2012?-]. Disponível em: <<http://www.judithleiber.com/legacy.html>>. Acesso em: 13 fev. 2013.

LEIBER COLLECTION. New York, [1998-]. Disponível em: <<http://www.leibermuseum.org/>>. Acesso em: 13 fev. 2013.

LOJA vende figurino de Sex em NY. *O Estado de S. Paulo*, São Paulo, 15 mar. 2004. Caderno 2, p. D4. Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!//20040315-40326-nac-37-cd2-d4-not>>. Acesso em: 24 jan. 2013.

LOOKS de Carrie. *Elle*, [São Paulo], 06 ago. 2008. Disponível em: <<http://elle.abril.com.br/materia/looks-de-carrie-293559>>. Acesso em: 24 jan. 2013.

LOPES, Laura Ancona. Sex is back! *Elle*, [São Paulo], 27 abr. 2010. Disponível em: <<http://elle.abril.com.br/materia/o-figurino-de-sex-and-the-city-2-553695>>. Acesso em: 24 jan. 2013.

MARTINELLI, Giulliana. O colete de tachas de Samantha Jones. *Marie Claire*, [São Paulo], 24 nov. 2009. Disponível em: <<http://revistamarieclaire.globo.com/Revista/Common/0,,EMI106404-17631,00-O+COLETE+DE+TACHAS+DE+SAMANTHA+JONES.html>>. Acesso em: 24 jan. 2013.

MENDONÇA, Martha; PIEMONTE, Marianne. Como o seriado Sex and the City inventou a mulher moderna. *Época*, [São Paulo], 30 jun. 2008. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI5337-15228,00-COMO+O+SERIADO+SEX+AND+THE+CITY+INVENTOU+A+MULHER+MODERNA.html>>. Acesso em: 17 jan. 2013

MESSA, Márcia Rejane. As mulheres só querem ser salvas: Sex and the City e o pós-feminismo. *E-Compós*, Brasília, v. 8, p. 1-19, 2007. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/137/138>>. Acesso em: 17 jan. 2013.

MILLIGAN, Lauren. Chanel copy. *Vogue*, [London], 03 Apr. 2012. Disponível em: <<http://www.vogue.co.uk/news/2012/04/03/jacqueline-kennedy-pink-chanel-dress-assassination>>. Acesso em: 02 mar. 2013.

MOTTA, Leda Tenório da. A duquesa de Guermantes e Glorinha Kalil. *Cronópios*, [São Paulo], 28 mar. 2008. Disponível em: <<http://www.cronopios.com.br/site/colunistas.asp?id=3125>>. Acesso em: 17 mar. 2013.

NATIONAL FIRST LADIES' LIBRARY. First Lady biography: Jackie Kennedy. Canton, [1998?-]. Disponível em: <<http://www.firstladies.org/biographies/firstladies.aspx?biography=36>>. Acesso em: 16 mar. 2013.

NOGUEIRA, Samantha. Sarah Jessica Parker ataca de estilista. [S.l.]: SRZD. 26 mai. 2007. Disponível em: <<http://www.sidneyrezende.com/noticia/@-3496>>. Acesso em: 24 jan. 2013.

O GUARDA-ROUPA superpop da jovem Carrie Bradshaw. *Vogue*, [São Paulo], 02 abr. 2012. Disponível em: <<http://revista.vogue.globo.com/moda/news/o-guarda-roupa-superpop-da-jovem-carrie-bradshaw/>>. Acesso em: 24 jan. 2013.

PAGE Six. *New York Post*, New York, [199?-]. Disponível em: <<http://www.nypost.com/pagesix>>. Acesso em: 23 mar. 2013.

POUS, Terri. How Sex and the City changed fashion. *Time*, [S.I.], 14 jan. 2013. Disponível em: <<http://style.time.com/2013/01/14/carries-return-four-ways-sex-and-the-city-changed-fashion/>>. Acesso em: 25 jan. 2013.

PROGRAMA Tenha Estilo (SBT). [São Paulo]: Facebook, 2011-. Disponível em: <<http://www.facebook.com/pages/Programa-Tenha-Estilo-SBT/266870710026527>>. Acesso em: 02 jan. 2013.

RIBEIRO, Teté. Figurinista de O diabo veste Prada critica grife e elogia 25 de Março. *Folha de S. Paulo*, Nova York, 25 ago. 2006. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u63748.shtml>>. Acesso em: 24 jan. 2013.

SAMPAIO, Roberta. Histórias de uma top stylist. *Estadão.com.br*, [São Paulo], 22 mai. 2010. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/suplementos,historias-de-uma-top-stylist,554719,0.htm>>. Acesso em: 24 jan. 2013.

SARAH Jessica Parker. *Voguepedia*, [New York, 2000-2011]. Disponível em: <http://www.vogue.com/voguepedia/Sarah_Jessica_Parker>. Acesso em: 26 jan. 2013.

SARAH Jessica Parker é o rosto da marca brasileira Maria. Valentina. *Elle*, [São Paulo], 19 jan. 2013. Disponível em: <<http://elle.abril.com.br/materia/sarah-jessica-parker-estrela-campanha-de-da-mariavalentina>>. Acesso em: 24 jan. 2013.

SCHWEITZER, Kate. Patricia Field predicts the SATC sequel's biggest new trends. *Marie Claire*, [New York], 13 May 2010. Disponível em: <<http://www.marieclaire.com/fashion/fashionista-blog/sex-and-the-city-patricia-field-fashion-trends>>. Acesso em: 25 jan. 2013.

SEX and the City. [S.I.]: HBO, [1998?-]. Disponível em: <<http://www.hbo.com/sex-and-the-city>>. Acesso em: 02 nov. 2011.

SEX and the City. [S.I.]: FoxLife, [entre 2002 e 2012]. Disponível em: <<http://www.foxlife.com.br/br/programas/sinopse/373-14391>>. Acesso em: 06 nov. 2011.

SEX and the city. [S.I.]: Facebook, 2012. Disponível em: <<http://www.facebook.com/search/results.php?q=sex+and+the+city&init=quick&tas=0.7299852356449432>>. Acesso em: 15 jan. 2012.

SEX and the City clothes on block. *CNN Money*, [S.I.] 06 Feb. 2004. Disponível em: <http://money.cnn.com/2004/02/06/news/companies/sexincity_auction/index.htm>. Acesso em: 21 jan. 2013.

SEX and the City Fashion Buys. *Marie Claire*, [London, 2008?]. Disponível em: <<http://www.marieclaire.co.uk/fashion/best/6765/10/sex-and-the-city-fashion-buys.html>>. Acesso em: 25 jan. 2013.

SEX and the City Hotspots Tour. [New York]: On Location Tours, [1998?-]. Disponível em: <<http://www.screentours.com/tour.php/satc/>>. Acesso em: 02 nov. 2011.

SEX and the City mudou a indústria de acessórios, diz Patricia Field no 2º Marie Claire Inspiração. *Marie Claire*, [São Paulo], 22 set. 2010. Disponível em: <<http://revistamarieclaire.globo.com/Revista/Common/0,,EMI173552-18328,00-SEX+AND+THE+CITY+MUDOU+A+INDUSTRIA+DE+ACESSORIOS+DIZ+PATRICIA+FIELD+NO+MARI.html>>. Acesso em: 24 jan. 2013.

SEX and the City store. [S.I.]: HBO, [1998?-]. Disponível em: <http://store.hbo.com/?v=hbo_shows_sex-and-the-city>. Acesso em: 02 nov. 2011.

SMITH, Neil. The channel that transformed TV. *BBC News Online*, [S.I.], 25 Feb. 2004. Disponível em: <<http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/3485916.stm>>. Acesso em: 21 jan. 2013.

THE CLOSET. *Sex and the City 2*. [S.I.]: Warner Bros., HBO, [2010-] Disponível em: <<http://www.sexandthecitymovie.com/closet/>>. Acesso em: 05 dez. 2011.

VERA Wang. *Biography.com*. [New York]: A+E Networks, [1999?]. Disponível em: <<http://www.biography.com/people/vera-wang-9542398>>. Acesso em: 10 mar. 2013.
WGSN. As tendências de moda em Sex and the City 2. *GNT*, [São Paulo], 03 jun. 2010. Disponível em: <<http://gnt.globo.com/moda/noticias/As-tendencias-de-moda-em-Sex-and-the-City-2--Por-WGSN.shtml>>. Acesso em: 25 jan. 2013.

WHICH SATC character is your style twin? *InStyle*, [S.l., 1998?-] Disponível em: <<http://www.instyle.com/instyle/package/general/promo/0,,20364088,00.html>>. Acesso em: 15 nov. 2011.

WHICH SATC girl are you? *soFeminine.co.uk*, [S.l., 2010?-]. Disponível em: <<http://www.sofeminine.co.uk/mag/psycho/d3903.html>>. Acesso em: 15 nov. 2011.

WHICH Sex and the City girl are you? *Cosmopolitan*, [London, 1998?-]. Disponível em: <<http://www.cosmopolitan.co.uk/lifestyle/quiz-which-sex-and-the-city-girl-are-you>>. Acesso em: 15 nov. 2011.

WOLF, Naomi. Sex and the sisters. *The Sunday Times*. [London], 20 Jul. 2003. Disponível em: <<http://www.thesundaytimes.co.uk/sto/news/article223358.ece>>. Acesso em: 17 jan. 2013.

ANEXO A – *Four women and a funeral*

(Sex and the City Collection, 2011, temporada 2, disco 1, episódio 5)



18:13 min



18:24 min



18:28 min

ANEXO B – *The man, the myth, the Viagra*

(Sex and the City Collection, 2011, temporada 2, disco 2, episódio 8)



15:08 min



15:53 min



17:44 min

ANEXO C – Retratos de Coco Chanel



Coco Chanel. Foto de Man Ray, 1935.
 Fonte: http://www.manray-photo.com/catalog/product_info.php?products_id=946



Coco Chanel. Foto de Roger Lipnitzki, 1936.
 Fonte: <http://www.millionlooks.com/people-and-events/celebrities/fashion-advice-from-coco-chanel/>



Coco Chanel (Reclining). Foto de Horst P. Horst, 1937.
 Fonte: <http://www.horstphorst.com/works.php?cat=&display=full&invno=yw199>

ANEXO D – Jacqueline Bouvier Kennedy Onassis



Fonte: <http://onthisdayinfashion.com/?p=10051>



Fonte: <http://www.vogue.co.uk/news/2012/04/0/jacqueline-kennedy-pink-chanel-dress-assassination>



Fonte: <http://granfina.blogspot.com.br/2011/02/estilo-de-jacqueline-kennedy-onassis.html>

ANEXO E – Bolsas Timmy Woods usadas por Carrie



Fonte: <http://dollboutique.blogspot.com.br/2008/11/timmy-woods-of-beverly-hills.html>



Fonte: http://www.timmywoods.com/product_info.php?cPath=21_53&products_id=198

ANEXO F – Minaudières Judith Leiber

Fonte: [http://fashionmuseum.fitnyc.edu/view/objects/asitem/People\\$00406370/](http://fashionmuseum.fitnyc.edu/view/objects/asitem/People$00406370/)



Fonte: <http://www.metmuseum.org/Collections/search-the-collections/80009153>