

Dressed Like a Hooker: Reflexões Sobre Figurino, Cultura Clubber e Performatividade de Gênero na Série Euphoria¹

Micaelle Lages LUCENA²

Isabella Chianca Bessa Ribeiro do VALLE³

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

RESUMO

Euphoria é um drama *teen* seriado feito pelo canal HBO no ano de 2019. Nele, acompanhamos a vida de vários adolescentes e seus conflitos que relacionam corpo, identidade e sexualidade. O presente artigo se propõe a refletir sobre como o figurino da série, aqui compreendido como roupas e maquiagem, carrega significados em uma narrativa visual própria, influenciada pela cultura clubber. Relacionando aspectos técnicos da direção de arte com discussões teóricas sobre performatividade de gênero e moda, levantamos para análise os figurinos da personagem Jules e quais discursos eles carregam sobre feminilidade dentro da história da série.

PALAVRAS-CHAVE: Direção de Arte Audiovisual; Moda e Figurino; Euphoria; Performatividade de Gênero; Feminilidade.

Introdução

Este texto se propõe a analisar o figurino da personagem Jules da série televisiva Euphoria da emissora HBO. O conceito de figurino nesta análise engloba não só as roupas, mas também a maquiagem que compõe a caracterização das personagens. Essa análise, além de elencar elementos percebidos visualmente, busca se aprofundar em problematizar e refletir sobre as camadas de discurso e significados que esse figurino carrega enquanto parte da narrativa, com foco na noção de performatividade de gênero (Butler, 2015), mais especificamente das feminilidades performadas pela personagem Jules, e a influência da cultura clubber.

Euphoria foi uma das maiores estreias do ano de 2019 para a emissora HBO, canal estadunidense de televisão por assinatura já consagrado por muitas produções em séries de destacada repercussão internacional, como Família Soprano (1999-2007) e, mais recentemente, Game of Thrones (2011-2019). A premissa dessa ficção seriada que,

¹ Trabalho apresentado na IJ08 - Estudos Interdisciplinares da Comunicação, da Intercom Júnior – XVI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de graduação do 5º período do curso de Cinema e Audiovisual da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). E-mail: lagesmica@gmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora doutora da Pós-Graduação em Comunicação e do Departamento de Comunicação da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). E-mail: isabella.valle@academico.ufpb.br.

por enquanto, conta com apenas uma temporada, é acompanhar a personagem Rue, interpretada pela atriz Zendaya, que aos 17 anos acaba de sair da clínica de reabilitação onde estava internada após uma overdose. Enquanto lida com problemas psicológicos e traumas, Rue tenta também se manter sóbria e voltar para o ambiente da escola onde vários outros adolescentes estão enfrentando suas próprias crises que envolvem sexo, drogas e relacionamentos. É lá onde Rue conhece Jules, interpretada por Hunter Schafer, uma garota transgênera⁴ recém chegada na cidade, que logo se torna sua melhor amiga e não demora até despertar seu interesse amoroso.

Criada, escrita e dirigida por Sam Levinson, essa é a primeira produção com foco em histórias de adolescentes feita por essa emissora. Também conhecida por fazer séries com alto teor de violência e cenas explícitas sem censura, a HBO, em *Euphoria*, exhibe um aviso no começo dos episódios alertando que alguns espectadores podem achar algumas cenas perturbadoras. Contudo, apesar da classificação indicativa para maiores de 18 anos sugerir que a obra seja direcionada para um público mais velho, o tema adolescente repercute sobretudo entre jovens.

Ao longo de oito episódios, assistimos a uma câmera muito dinâmica, e por vezes frenética, que acompanha paralelamente a vida de vários jovens com núcleos de histórias independentes que frequentemente se cruzam, sempre mergulhados na atmosfera das redes sociais. A montagem de ritmo acelerado e a trilha sonora que passa por músicas de kpop a hiphop, gêneros populares de grande apelo comercial na indústria musical contemporânea⁵, são um bônus para impulsionar a popularidade da série entre a geração Z⁶.

Mas o que parece ter desencadeado uma febre viral da série é o figurino. Poucas semanas depois do lançamento dos episódios, os jovens já estavam postando fotos e tutoriais no Youtube⁷ replicando as maquiagens artísticas das personagens e suas roupas e utilizando o nome da série para se referir à estética singular que ela popularizou.

⁴ Pessoa cuja identidade de gênero difere do gênero no qual foi inicialmente socializada enquanto sujeito.

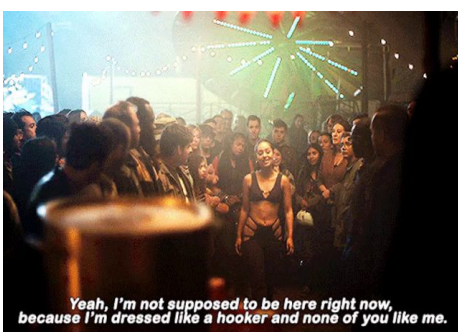
⁵ Informações obtidas por pesquisas do Spotify em parceria com a Culture Co-op, disponíveis no report 2019 em: <<https://bit.ly/36Y7cqJ>> e em notícia disponível em: <<https://bit.ly/36Sea0n>> Acesso em: 10 de outubro de 2020.

⁶ Definição para as pessoas nascidas entre os anos de 1990 e 2010.

⁷ Exemplos disponíveis em: <<https://bit.ly/3lwbtWe>> <<https://bit.ly/3nCG6Lt>> e <<https://bit.ly/2SKoVta>> Acesso em: 10 de outubro de 2020.

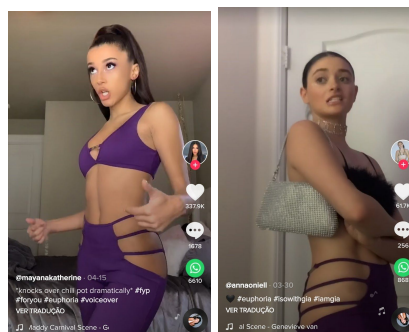
Um dos exemplos desse efeito viral surgiu a partir de uma fala do quarto episódio da temporada, em que Nate, interpretado por Jacob Elordi, critica a roupa de Maddy, interpretada por Alexa Demie, dizendo que ela não pode encontrar com os pais dele “vestida como uma prostituta” (14min33s) e a manda voltar para casa e trocar de roupa. Momentos depois a vemos afrontando os pais dele dizendo a seguinte frase: “Eu não deveria estar aqui agora porque estou vestida como uma prostituta e nenhum de vocês gosta de mim” (29min02s). Essa frase virou um marco da série dentro do episódio mais bem avaliado da temporada⁸ e ultimamente viralizou entre os usuários da rede social TikTok em uma *trend*, ou seja, uma proposta de vídeo que se populariza e é replicada ou imitada por outras pessoas de forma viral. Nela, as pessoas se vestem de forma extravagante e/ou imitam os trejeitos de atuação da atriz. Ao acessar a *hashtag* #dressedlikeahooker no aplicativo, podemos ver reunidos centenas desses vídeos de usuários que redublaram áudios dessa específica cena do seriado. Um desses áudios acumula 144.3 mil vídeos gravados, com redublagem de diferentes usuários.

Figura 1- Cena original do episódio 04



Fonte: Série Euphoria (HBO)

Figuras 2 e 3- Capturas de tela de vídeos da *trend*



Fonte: @mayanakatherine e @annaoniell no Tiktok

Outra *trend* envolve pessoas recriando ou se inspirando nas maquiagens excêntricas de Euphoria em vídeos com a iluminação roxa e azul, característica da série. O próprio TikTok criou um efeito de máscara chamado Makes Eufóricas que simula as sombras coloridas mais memoráveis da primeira temporada. Por fim, a *hashtag* #euphoria acumula 2.9 bilhões de visualizações no mesmo aplicativo, que se tornou um fenômeno entre os menores de 30 anos⁹.

⁸ No site IMDB, a base de dados sobre filmes e séries mais populares da internet, podemos ter acesso à avaliação e crítica de usuários em geral e críticos especializados sobre todos os conteúdos registrados na plataforma. Na série Euphoria o episódio 4 tem uma nota de avaliação de 9.2, baseada em 3.250 avaliações, comparada com a média de 8,4 das notas dos outros 7 episódios.

⁹ Notícias disponíveis em: <<https://bit.ly/2GWNqR7l>> <<https://bit.ly/34KNCv3>> e <<https://bit.ly/36TqCwK>> Acesso em: 10 de outubro de 2020.

Já no Instagram, aplicativo de rede social também popular entre os jovens¹⁰, os números também são altos. A *hashtag* #euphoria está presente em 2.1 milhões de publicações e a #euphoriamakeup em 211 mil publicações. Esses dados apontam para uma identificação em massa de espectadores da geração Z, ocidentais e, principalmente, americanos, com a proposta da série. O que há por trás do figurino que comove, atrai e afeta o público pela estética de Euphoria?

Para apontar alguns caminhos para esta resposta, propomos uma análise do figurino da série com foco na performatividade de gênero da personagem Jules, também considerando a influência da cultura clubber no cenário da narrativa, sobretudo nas visualidades da série.

Direção de Arte, Figurino e Cultura Clubber: Contando Histórias Visuais

A direção de arte para produções audiovisuais é responsável por conceber, junto com a direção de fotografia, a visualidade das obras. Coordenando uma série de subáreas, como escolha de cores, cenários e figurino, a direção de arte cria e executa a identidade visual da obra, se atendo ao conceito discutido e planejado junto à direção geral, e é um dos elementos narrativos da história (PENKALA; EBERSOL, 2018).

De modo geral, aquilo que pode ser percebido visualmente na *mise-en-scène*, e que não compete à câmera, à atuação ou à montagem, fica a cargo da equipe de direção de arte, como o cenário e o figurino. O objetivo desta área é fazer com que este universo diegético promova uma fruição engajada com o público. Mesmo que ela fale sobre histórias fantásticas ou distopias completamente inventadas, a direção de arte planeja como seria o mundo dessa realidade narrada, de modo convincente.

As imagens comunicam mensagens (COUTINHO, 2005) expressando os significados atribuídos a partir da subjetividade do indivíduo que produz. As imagens não nascem por acaso, por descuido e sem transmitirem algum conteúdo, já que “não podem existir sistemas significantes neutros nem inocentes” (MACHADO, 1984, p. 11). Sendo assim, essas imagens estão passíveis de análise, inclusive na dimensão de narrativa, como nos explica Coutinho (2005).

Destacando as concepções de Vilches (1991), a autora nos fala que ao analisar imagens em movimento, como em filmes e séries, devemos tomar para análise as

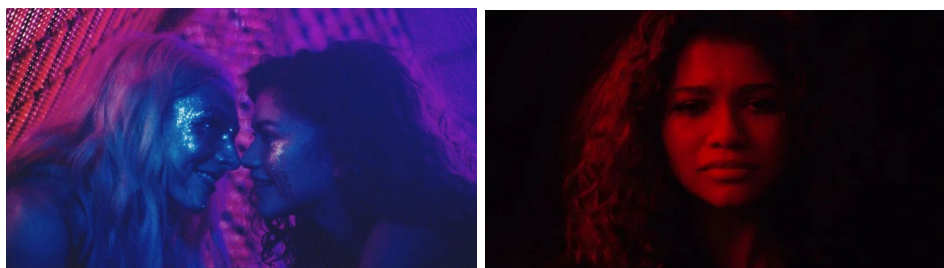
¹⁰ Informação disponível em: <<https://bit.ly/3iR9b26>> Acesso em: 10 de outubro de 2020.

“unidades propriamente visuais: figuras geométricas, ângulos de câmera, tipo de montagem, etc” (COUTINHO, 2005, p. 333) analisando os aspectos técnicos, de percepção visual, e sua relação com aqueles de significação, que precisam de uma interpretação.

Durante a análise da imagem, a ênfase em um aspecto específico se relaciona com os objetivos da pesquisa. Aqui, nos propomos então a entrar nas imagens da direção de arte de Euphoria, mais especificamente nas construções de figurino (roupas e maquiagem) que caracterizam as personagens, com foco em Jules.

A primeira marca da identidade visual de Euphoria é a escolha da paleta de cores, que se detém em tons vívidos e neons. Três cores em particular se destacam: vermelho, azul e roxo. O uso das duas últimas é traço estético bem usado pelos fãs quando fazem referência à série. Uma característica muito importante usada muitas vezes em Euphoria é uma iluminação dura com sombras bem marcadas, que pode remeter ao aspecto pesado e quase sombrio em que os adolescentes se encontram ao terem que encarar a realidade e dificuldades da vida.

Figuras 4 e 5- quadros da série que mostram o uso das cores na iluminação



Fonte: Série Euphoria (HBO)

No livro *A Psicologia das Cores*, Eva Heller (2013) fala sobre como as cores afetam nossas emoções e nos transmitem mensagem e sentimentos, a partir das construções sociais e percepções inatas humanas sobre cada cor. O que a autora nos explica é que o roxo, por ser uma mistura de azul e vermelho (que são opostas em significados) transmite, ao mesmo tempo, confusão e potência, dúvida e poder. Roxo é o que Heller (2013) chama de cor “com sentimentos ambivalentes”.

Essas cores acompanham Rue e Jules, as personagens principais, por vários episódios, durante monólogos reflexivos e durante madrugadas de festa animadas. São cores que representam a névoa mental, as inseguranças, a oposição de pensamentos presentes na cabeça de uma adolescente enfrentando problemas, como Rue, que lida

com vício em drogas, ansiedade, momentos depressivos paralisantes e um forte desejo de se sentir melhor. Por isso, antes de adentrarmos no figurino, achamos importante a compreensão das cores na introdução à atmosfera das personagens que serão analisadas.

O canal oficial da série Euphoria no Youtube colocou no ar vários vídeos com conversas entre os atores e membros da produção da série, em que eles explicam e conversam sobre os conceitos e as mensagens da série. Em um desses vídeos, chamado *all for the style* a figurinista Heidi Bivens (2020) explica que Sam Levinson já tinha desde o princípio uma visão bem clara de como queria a arte e o figurino e qual mensagem queria passar com isso.

Para Rue, o conceito construído ao longo da série é de que ela não queria ser definida por ideias de feminilidade, portanto usa roupas mais largas e despojadas como moletons, bermudas jeans e o mesmo par de tênis que a acompanha por toda a série.

Maddy tem as maquiagens mais elaboradas da série. Seu conceito é usar roupas que ressaltam seu corpo enquanto vive uma busca incessante por um ideal de perfeição de um certo padrão de feminilidade.

Kat, interpretada pela atriz Barbie Ferreira, é uma personagem que começa tímida e após ter um vídeo seu vazado para um site de conteúdo adulto sem seu consentimento, começa a voluntariamente exibir seu corpo online para homens em troca de dinheiro. Seu figurino muda a cada episódio ao longo da série e carrega muito significados sobre a aceitação do corpo *plus size*, saindo de roupas tímidas e indo para roupas extremamente justas no corpo, conforme a personagem ganha confiança em si mesma e explora seus desejos sexuais.

Jules inicia a série usando tons pastel e muitas roupas cor de rosa e mini saias rodadas. Seu conceito era parecer com *animes* (desenhos animados japoneses) de cores alegres, usando roupas que representam o extremo da ideia de uma feminilidade dócil. Mas ao longo da temporada seu guarda-roupa começa a se adaptar conforme ela começa a entender mais seus gostos.

Muito do contexto da série se relaciona com a cultura *clubber*, que é definida por Brookman como uma “apropriação e subversão de um espaço, combinando um certo tipo de música, luzes e drogas” (*apud* GUERRA; FIGUEREDO, 2020, p. 224). Esse espaço nem sempre é dado por uma limitação geográfica, mas é construído pelo encontro dessas pessoas que partilham os interesses em comum.

Guerra e Figueredo (2020) nos explicam então que a cultura clubber não pode ser entendida como unitária, mas sim como um conjunto diversificado de culturas que compartilham códigos específicos de autoexpressão, indumentária e gostos, formalizando o que podemos chamar de cena. De acordo com Bennet e Kahn-Harris (2004), o conceito de cenas culturais “transcendem o espaço e remetem para estados de relações entre indivíduos que partilham afinidades musicais, visuais, estéticas” (*apud* GUERRA; FIGUEREDO, 2020, p. 219) e é algo contemporâneo que agrega conceitos anteriores como o de tribos, de Michel Maffesoli.

Em *Tempo das Tribos* (1998), Maffesoli aponta que vivemos em uma era na qual a individualidade está em declínio e a necessidade de identificação com um grupo está crescendo. Sendo assim, buscamos e vemos surgir microgrupos afetuais, que o autor chama de “neotribalismo”.

Essas novas tribos são o encontro de pessoas com uma estética em comum que, de acordo com o autor, é a “faculdade comum de sentir e experimentar” (1998, p. 105). Dentro do contexto da globalização e uniformização das massas, as tribos surgem pela necessidade de se diferenciarem, de viverem à margem, de compor uma sociedade plural e com mais diversidade. Guerra e Figueredo nos explicam que esses conceitos contribuem para a ideia de que os grupos de jovens têm essa necessidade de pertencimento e constroem seus laços de forma emocional. “Especialmente quando o adolescente busca uma maior autonomia em relação aos pais na adolescência, os grupos de pares emergem como fontes importantes de identificação e referência comportamental dos adolescentes” (DE OLIVEIRA, *et al*, 2003, p. 63).

Fragilizada em suas referências simbólicas, a identidade grupal é buscada em marcadores imaginários: a roupa, o cabelo, os acessórios que compõem a estética do grupo (Castro *apud* DE OLIVEIRA, *et al*, 2003, p. 64). Esses espaços de encontros desses grupos, principalmente na cultura clubber são como “núcleos centralizadores de um sem fim de experiências estéticas marginais” (GUERRA; FIGUEREDO, 2020, p. 229), pois é ali que os integrantes encontram liberdade e acolhimento para expressar livremente seus modos de ser. O figurino de Euphoria foi escolhido como expressão desse ideal, da busca dos espaços que acolhem as identidades desviantes e experimentais dos jovens.

Beeler (2007) defende a natureza política da cultura clubber pois, apesar de parecer apenas um grupo de jovens tentando se divertir, é um movimento de fuga da rotina. Geralmente associado com as festas *rave*¹¹, esse momento é o escape cultuado por aqueles que passam toda a semana aguentando a pressão da vida urbana cotidiana em sociedade para que aos finais de semana possam se libertar, escapando da realidade por breves horas entorpecidos sob uso de muitas drogas, bebidas e festas com música.

Na série essa relação se mostra forte, pois muitos episódios têm festas ou momentos de devaneios e divagações mentais de Rue, que busca de várias formas escapar da sufocante realidade. Beeler (2007) ainda defende que essa cultura é constituída por participantes que, de alguma forma, se sentem marginalizados. Nesta marginalização cabem recortes etários e geracionais, mas também de raça, gênero e orientação sexual, pois são grupos que também querem cultivar um lugar de pertencimento que transcenda as limitações impostas pela sociedade e as massivas cobranças do dia-a-dia. É nesta interseção específica de um certo enfrentamento de uma narrativa de gênero e sexualidade com a juventude, apresentada pela caracterização da personagem Jules em *Euphoria*, que esta análise se propõe atuar.

A conceituação de *Euphoria* se relaciona com essa dimensão na cultura clubber, inclusive do fato das cenas e clubes terem propiciado o florescer da cultura *gay* em bares, em um movimento de efervescência *fashion* que gerou experimentações e criações de onde estilistas como Alexander McQueen e Jean Paul Gautier beberam da fonte e transportaram para a passarela e o mundo da moda (AMANAJÁS, 2015 e GUERRA; FIGUEREDO, 2020).

Moda e performatividade de gênero: os figurinos de Jules

Ana Paula de Miranda (2002) nos fala da moda enquanto interação social e também expressão de significados, uma dicotomia em que o indivíduo ao mesmo tempo que busca uma imitação para se assemelhar a um grupo e obter a satisfação de não se sentir sozinho, busca também compreender a si mesmo, em uma lógica que visa a “diferenciação individual e a inovação estética, ou promoção da identidade pessoal e legitimação da expressão individual” (p. 123). A autora nos explica sobre a necessidade

¹¹ Festa de música eletrônica de longa duração que geralmente acontece em grandes espaços ao ar livre afastados da região metropolitana.

que sentem os consumidores de moda de terem uma identidade única, expressa pela maneira diferente de se vestir que tenta reagir contra a massificação, mas sem se perder de sua identidade social, sua filiação em grupos.

Assim como no mundo real, nas produções cinematográficas as roupas podem falar muito sobre como um sujeito enxerga a si mesmo, o mundo ao seu redor, como ele se posiciona diante de assumir sua existência e como acredita que é percebido por esse mundo também. A roupa então serve de instrumento nesse processo que não é apenas individual, mas envolve todo um contexto social. “A moda serve como instrumento de comunicação entre o indivíduo e a sociedade por meio das referências de significado por ele percebidas” (DE MIRANDA, 2002, p. 125).

A partir disso, podemos nos ater a explorar com mais profundidade o figurino de Jules. A cultura patriarcal influencia nosso vestir, pois nos são impostos códigos de vestimentas a partir de nossos sexos biológicos, reiterados em uma expressão binária e fundamentalista, socialmente legitimada como padrão, de gênero, e é esperado que não só devemos nos conformar mas também agir de acordo com esses papéis. “O vestir precede a comunicação verbal ao estabelecer uma identidade individual de gênero, assim como as expectativas para outros tipos de comportamento (papéis sociais baseados nessa identidade)” (STREY, 2000, p. 150).

Penkala e Ebersol apontam uma relação entre figurino e o conceito de performatividade de Butler (2015), que concentra a discussão teórica que abordamos neste artigo a partir da série. “Ninguém nasce com um gênero, e sim o performa, a partir de uma série de normas, práticas violentas e reguladoras, poderes institucionalizados etc.” (PENKALA; EBERSOL, 2018, p. 73). As autoras explicam a ideia de que o gênero é performativo, ou seja, é construído e desempenhado seguindo normas e práticas reguladoras, e pode transparecer no modo de se vestir de uma pessoa ou de um personagem. Essa espécie de máscara social que a roupa e a maquiagem representam geralmente está presa sob as condições de um sistema, especialmente no caso de mulheres e de corpos *queer*, desviantes e inconformados.

Destes se espera o que é considerado apropriado em normas cisheteronormativas de gênero, ao redor desses corpos há a construção de suposições e expectativas a partir do sexo. “Não existe corpo livre de investimentos discursivos, in natura. O corpo já nasce maculado pela cultura” (BENTO, 2006, p. 89). A

cisheteronormatividade é quando a sociedade tenta exigir uma espécie de coerência entre sexo, gênero e um tipo de desejo ou manifestação sexual obrigatoriamente heterossexuais (BUTLER, 2015). Uma lógica compulsória dentro da qual estamos mergulhados, que impõe como norma, ou como certo, a heterossexualidade e empurra para a estranheza todas as outras expressões de gênero e de sexualidade. Essa ideia é legitimada e mantida cada vez que reproduzimos ou acreditamos, por exemplo, que determinado comportamento é feminino e próprio da mulher e ignoramos a multiplicidade de expressões e gêneros existentes que estão constantemente buscando desconstruir essa imposição binária.

Euphoria fala visualmente sobre a quebra desse sistema que a geração Z têm promovido ao ampliar os debates sobre diversidade de gênero e se impor contra preconceitos e imposições sociais. No último episódio da temporada, Jules veste Rue para o baile de formatura da escola com um vestido (Figura 6) e, durante o episódio, fala que gostou do jeito com que a vestiu mas que ficou preocupada de ter estragado a expressão de gênero de Rue (23min33s).

Figura 6- Rue de vestido no episódio 08



Fonte: Série Euphoria (HBO)

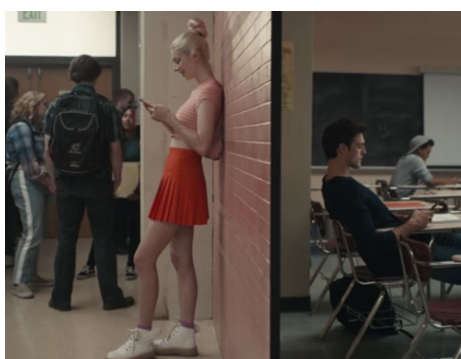
Crencemos tendo os corpos preparados sob esses papéis da cisheteronormatividade. “Das garotas é esperado que performem a feminilidade para se participar de rituais heterossexuais e que se façam fisicamente atraentes para os homens” (CLEVENSTINE, 2018, p. 7). Várias personagens femininas de Euphoria funcionam nessa engrenagem que se articula como peça do sistema patriarcal: se vestir para os olhos masculinos e sob as regras deles. Jules configura a desviante, o que Butler (2015) chama de sujeitos abjetos, ou seja, “todo tipo de corpos cujas vidas não são consideradas vidas e cuja materialidade é entendida como não importante” (BUTLER, 2002, p. 161).

Jules tem uma trajetória que a conscientiza desse sistema de performatividade ao longo dos episódios. A série mostra algumas cenas de sua infância, no início do quarto episódio, e mostra que desde o momento em que assumiu a transição de gênero (do dito masculino para o dito feminino), Jules começa a usar saias curtas e roupas consideradas femininas, que lhe colocavam a imagem de garota ingênua. Ideia reforçada pela cor dominante de suas roupas durante os quatro primeiros episódios: a cor rosa, que é fortemente associada à infantilidade, fragilidade, gentileza, sentimentalismo (HELLER, 2013) e, logo, à construída ideia de certa feminilidade desejada.

Nos primeiros episódios acompanhamos o costume de Jules de flertar, mentir sobre ser maior de idade e se encontrar às escondidas com dezenas de homens adultos desconhecidos, às vezes casados, e que sempre se dizem héteros. É desse tipo de homem cis, heteronormativo e homofóbico que ela buscava aprovação, se vestindo de forma a assumir uma imagem e posição das ideias construídas de como deve, para ser legitimada como uma mulher, ser dócil e submissa.

A própria série nos expõe essa normativa no segundo episódio da temporada, em que a narração elenca vários critérios rígidos com que Nate avalia as mulheres. Nos é contado que ele, por exemplo, gosta de mulheres que usam saias tennis, com coxas finas e pescoço longo. Mas o mais importante é que Nate “odiava meninas que se sentavam como meninos, falassem ou agissem como meninos.” (06min57s, tradução nossa). O episódio ilustra visualmente o que Nate acredita ser comportamentos de mulher ou de homem. No mesmo episódio, vemos que Jules conhece Nate em um aplicativo anônimo de paquera e acaba se apaixonando por ele, assim demonstrando o tipo de homem e de relação com que Jules costuma se envolver, o que fica dito também por seu figurino.

Figura 7- Jules usando saia tennis e conversando com Nate pelo celular.



Fonte: série Euphoria (HBO)

A confiança de Jules depende de aprovações exteriores sobre ser ou não desejável. Mas ao longo da temporada ela passa por reflexões e decepções que transparecem na sua mudança de figurino, que assume tons mais escuros, roupas mais largas e mais confortáveis. Bivens (2019) conta que essa mudança acontece quando Jules finalmente decide se vestir mais para si mesma da forma com que ela se sente bem. A questão de Jules está nas roupas que veste, pois se vinculam às motivações que a fazem vestir-se assim.

No sétimo episódio, Jules conversa com uma amiga chamada Anna e, ao confessar que sua relação com homens é estranha, verbaliza as razões de sua performatividade: “Na minha cabeça, se eu posso conquistar homens, então posso conquistar feminilidade” (39min35s, tradução nossa). Anna pergunta porque ela precisa de homens para se sentir mais feminina e Jules não consegue formular uma resposta e acaba afirmando que ela, na verdade, não quer conquistar a feminilidade mas “aniquilá-la”. Nesse mesmo episódio, Jules se envolve sexualmente com Anna e é como se ela percebesse que não há necessidade de se encaixar na heteronormatividade e nas construções de gênero já explicadas para ser desejada, para se sentir sensual, para conquistar outra pessoa, enfim, para ser mulher.

Para demonstrar a mudança que se dá quando Jules começa a se vestir com seus gostos pessoais, podemos colocar as informações em números: Durante a série, se ignorarmos cenas do passado, Jules usa cerca de 32 *looks* diferentes durante os oito episódios. Apenas em 6 deles podemos perceber claramente o uso de calça. Os outros 26 *looks* geralmente são compostos com o uso de saias curtas, tendência que começa a mudar a partir do quinto episódio. Traçando um comparativo de Jules entre o começo e o final da temporada, no primeiro episódio ela usa apenas saias, já no oitavo ela usa apenas calças para compor seus looks, encontrando nessa peça conforto para seu corpo e também para a expressão de sua própria performatividade.

As duas imagens abaixo mostram a mudança de atmosfera da personagem a partir do figurino. Na Figura 8 podemos ver o predomínio da cor rosa, já citada acima. Como Doniella (2020), maquiadora da série, afirma que as maquiagens de Jules nos transmitem mensagens sobre seu estado emocional, na Figura 9, não só podemos perceber que Jules adota o uso de cores mais escuras, como também transparece, com o

uso de cílios postiços longos e metálicos, uma sensação de posição de poder e autoconfiança que está sendo adquirida ao longo do processo.

Figura 8- primeiro episódio



Figura 9- oitavo episódio



Fonte: Série Euphoria HBO

Considerações Finais

Souza (2014, p. 19), citando Jost, nos fala sobre como as séries devem menos seu sucesso aos procedimentos utilizados para contar as histórias e mais ao ganho simbólico que ela proporciona a quem assiste. Em termos de reflexões cotidianas, identificação, representatividade, presença de personagens mais realistas e sem estereótipos são os aspectos que estreitam as distâncias entre a produção e o espectador, os conquistando e os fidelizando.

Popularmente conhecida como “estilo Euphoria” na geração Z, a estética da série se inspira no movimento de cultura clubber e seus ideias que geram conexões entre grupos marginalizados e promovem um espaço livre de autoexpressão e visões artísticas para esses jovens que se vestem de maneiras vistas como fora do normal, rendendo criações de moda que até são transportadas para as passarelas dos mundos *fashion* e inspiração para produções como Euphoria.

Com muitas luzes neon e glitter, Euphoria não se propõe a ser um relato naturalista da vida adolescente, mas uma experimentação visual que explora e passeia pelos impulsos e desejos que movem os jovens, exacerbando-os visualmente em uma explosão de cores e frenesi, condizente com o mundo construído dentro da narrativa. O roteiro e o figurino são reflexões sobre o corpo, a adolescência, a inconformação, a busca da performatividade e de se sentir legitimado em algum lugar. São confrontos diretos a padrões de gênero e construções sociais estabelecidos. Ao explorar os conflitos

adolescentes, gera empatia nos adultos que compreendem as motivações e gera conexão com os jovens que se sentem representados.

O conceito profuso, com muitas luzes, muita cor, muito brilho, fala diretamente com a específica sensação que a geração Z experimenta durante a adolescência: ânsia de querer viver muitas coisas ao mesmo tempo, querer experimentar o máximo de sensações em um curto período de tempo, ter que lidar com uma grande quantidade de sentimentos, urgência de conhecer o mundo e se sentir parte importante dele. Se colocar nele. Ambos, espectador e personagens do roteiro, estão nesse mesmo processo de busca de identidade saindo da infância e encarando pela primeira vez as pressões do mundo adulto, em uma constante busca pelo seu lugar no mundo. Quem assiste busca, através desse consumo, se sentir inserido em um grupo (SOUZA, 2014). Muitos desses desejos nos são contados pela escolha do figurino e de como cada personagem o veste.

No caso de Jules, em *Euphoria*, vemos claramente, através da transformação do seu figurino, que mesmos os corpos trans, que só por existirem já são postos como abjetos (Butler, 2015) pelos padrões patriarcais da cisheteronormatividade, sofrem também processos complexos em relação às suas performatividades de gênero e de sexualidade. Influenciados pelo desejo de aceitação, de reconhecimento e, ao mesmo tempo, de autoexpressão, que transparece em suas roupas e maquiagens, esses sujeitos transitam de uma certa feminilidade padrão à uma performatividade clubber, em uma jornada de enfrentamento estético-político, no apaziguamento das instabilidades provocadas por suas existências e, ao mesmo tempo, na reafirmação das mesmas.

Referências bibliográficas

AMANAJÁS, Igor. Drag queen: um percurso histórico pela arte dos atores transformistas. *Revista Belas Artes*, v. 6, n. 16, p. 1-23, 2015.

BEELER, Stan. **Dance, drugs and escape**: The club scene in literature, film and television since the late 1980s. United States: McFarland, 2007.

BENTO, Berenice. **A reinvenção do corpo**: sexualidade e gênero na experiência transexual. Rio de Janeiro: Editora Garamond, 2006.

BIVENS, Heidi. **all for the style**. Youtube, 27 de ago. de 2020. Disponível em: <<https://bit.ly/31dkwnt>> Acesso em: 06 de out. de 2020.

_____. **Euphoria's Costume Designer "Tried to Be Aware of What Is Heteronormative" When Dressing Rue**. Entrevista concedida a Samantha Sutton. Revista online InStyle. 2019. Disponível em: <<https://bit.ly/2GT82tQ>> Acesso em: 07 de out. de 2020.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015.

_____. Como os corpos se tornam matéria: entrevista com Judith Butler. [Entrevista concedida a] Baukje Prins e Irene Costera Meijer. **Revista estudos feministas**, v. 10, n. 1, p. 155-167, 2002. Disponível em: <<https://bit.ly/34K7vCM>> Acesso em: 10 de out. de 2020.

COUTINHO, Iluska. Leitura e Análise da Imagem. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. p. 330-344.

CLEVENSTINE, Maddie. **The Refashioning of Gender Binaries within the Constructed Identity of Tomboy in Girlhood and Beyond**. Hollins University- Undergraduate Research Awards. 2018.

DE MIRANDA, Ana Paula Celso. Mitos Femininos do Cinema: uma Tipologia de Consumidoras de Moda. In: **Fashion Theory- A Revista da Moda, Corpo e Cultura**. v. 1. n. 1. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2002.

DE OLIVEIRA, Maria Cláudia Santos Lopes; CAMILO, Adriana Almeida; ASSUNÇÃO, Cristina Valadares. Tribos urbanas como contexto de desenvolvimento de adolescentes: relação com pares e negociação de diferenças. **Temas em Psicologia**, v. 11, n. 1, p. 61-75, 2003.

DONIELLA, Davy. **all for the looks**. Youtube, 31 de ago. de 2020. Disponível em: <<https://bit.ly/3lznkCW>> Acesso em: 05 de out. de 2020.

GUERRA, Paula; FIGUEREDO, Henrique Grimaldi. Prosopografias clubbers em São Paulo e Londres: moda, estilo, estética e cenas musicais contemporâneas. **Revista TOMO**, n. 37, p. 215-252, jul/dez 2020. Disponível em: <<https://bit.ly/2SPn32c>> Acesso em: 05 de out. de 2020.

MACHADO, Arlindo. **A ilusão especular: introdução à fotografia**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1984.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.

PENKALA, Ana Paula; EBERSOL, Isadora. Como Manda o Figurino: Um Discurso Feminista Alinhavado pela Direção de Arte e a Nova Ficção Seriada da Produção Audiovisual. In: SENNA, Nádia da Cruz; DA SILVA, Ursula Rosa (org.). **Transgressões de Pandora: subjetividades e polifonias**. Pelotas: Ed. UFPel, 2018. p. 65-78. E-book. Disponível em: <<https://bit.ly/30WC86E>> Acesso em: 05 de out. de 2020.

SOUZA, Cristina Maria Cupertino. **A Cultura de Consumo no Seriado Skins: A Construção da Identidade Cultural do Jovem**. Trabalho de Conclusão de Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Pampa. São Borja: 2014. Disponível em: <<https://bit.ly/34LmzzX>> Acesso em: 06 de out. de 2020.

STREY, Marlene Neves. Mulheres e moda: a feminilidade comunicada através das roupas. **Revista Famecos**, v. 7, n. 13, p. 148-154, 2000.