

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS, PROPAGANDA E TURISMO

GIOVANNA ALCÂNTARA CORREIA DA FRANCA

Ensaio fotográfico nas revistas como indução da circulação de sentidos na moda: uma análise do caso Zendaya

São Paulo

2023

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS, PROPAGANDA E TURISMO

GIOVANNA ALCÂNTARA CORREIA DA FRANCA

Ensaio fotográfico nas revistas como indução da circulação de sentidos na moda: uma análise do caso Zendaya

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo para obtenção de título de Bacharelado em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Clotilde Perez

São Paulo

2023

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catalogação na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo
Dados inseridos pelo(a) autor(a)

Franca, Giovanna Alcântara Correia da
Ensaio fotográfico nas revistas como indução da
circulação de sentidos na moda: uma análise do caso
Zendaya / Giovanna Alcântara Correia da Franca;
orientador, Maria Clotilde Perez. - São Paulo, 2023.
95 p.: il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) -
Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo
/ Escola de Comunicações e Artes / Universidade de São
Paulo.

Bibliografia

1. Ensaios fotográficos. 2. Revistas. 3. Moda. 4.
Zendaya. 5. Celebridades. I. Clotilde Perez Rodrigues,
Maria. II. Título.

CDD 21.ed. -
659.1

Elaborado por Alessandra Vieira Canholi Maldonado - CRB-8/6194

Nome: Franca, Giovanna Alcântara Correia da

Título: Ensaios fotográficos nas revistas como indução da circulação de sentidos na moda: uma análise do caso Zendaya

Aprovado em: ___ / ___ / ___

Banca:

Nome: _____

Instituição: _____

Nome: _____

Instituição: _____

Nome: _____

Instituição: _____

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer, primeiramente, a minha família, principalmente aos meus pais, Clarice e Raildo. Vocês sempre me apoiaram e incentivaram a correr atrás dos meus sonhos e acreditaram em mim quando eu mesma tinha dúvidas se conseguiria lidar com tudo. Sinto que não existem palavras suficientes para expressar a minha gratidão. Muito obrigada pelos ensinamentos que me deram ao longo da vida, vocês são a minha maior fonte de inspiração.

Também gostaria de agradecer a minha prima e uma das melhores amigas que eu poderia ter na vida, Bianca Léia. Nunca esquecerei quando achei que não era capaz e quase desisti de fazer o vestibular. Você me apoiou e reconfiou, dizendo que no fim tudo daria certo e que não tinha com o que se preocupar, porque tudo tem o seu tempo. Você estava certa, assim como o que dizia aquele biscoitinho da sorte: "a preocupação nunca venceu o destino".

Não poderia deixar de agradecer a todos os meus amigos que me apoiaram durante o curso. Houve muitos momentos difíceis ao longo da graduação, mas graças a vocês tudo ficou mais leve e alegre.

À professora Clotilde Perez, meus mais sinceros agradecimentos por aceitar me orientar e dispor do seu tempo para me ajudar de forma tão atenciosa. Além disso, obrigada a todo o corpo docente por me proporcionar aprendizados e novas visões de mundo que vão me acompanhar pelo resto da vida.

Eu sabia que a Universidade de São Paulo seria um marco na minha vida, mas não poderia imaginar que o impacto fosse tão grande. Conheci pessoas maravilhosas, vivenciei experiências incríveis e obtive aprendizados inesquecíveis. Querida USP, obrigada por cada momento.

Por fim, mas não menos importante, para a Giovanna do passado, eu espero que você possa sentir orgulho da pessoa que se tornou e que perceba que todo esforço valeu a pena. Para a Giovanna do futuro, por favor, nunca deixe de acreditar em você mesma.

RESUMO

Este trabalho explora a importância dos ensaios fotográficos em revistas de moda como meios essenciais para a introdução e reconhecimento de celebridades no cenário da moda. Por meio de uma análise aprofundada da carreira da atriz Zendaya, é observado como os ensaios fotográficos que ela protagonizou foram essenciais na construção de sua identidade na indústria da moda e contribuíram para que ela tenha uma carreira consolidada no segmento.

Palavras-chave: moda, revista, ensaio fotográfico, celebridade e Zendaya

ABSTRACT

This monograph explores the importance of photo shoots in fashion magazines as essential means for introducing and recognizing celebrities in the fashion scene. Through an in-depth analysis of actress Zendaya's career, it is presented how the photoshoots she starred in were essential in building her identity in the fashion industry and developed for her to have a consolidated career in the segment.

Keywords: fashion, magazine, photoshoot, celebrity and Zendaya

LISTA DE FIGURAS

- Figura 1 - Shake It Up
- Figura 2 - Rocky de Shake It Up
- Figura 3 - Ensaio Tiger Beat 2011
- Figura 4 - Ensaio Kontrol Magazine 2011
- Figura 5 - Ensaio Dream Magazine 2011
- Figura 6 - Ensaio Cirque du Chique - Teen Vogue
- Figura 7 - Ensaio Teen Vogue 2015
- Figura 8 - Oscars 2015
- Figura 9 - Met 2015
- Figura 10 - Photoshop na Modeliste Magazine
- Figura 11 - Agente K.C.
- Figura 12 - Met 2016
- Figura 13 - The Hollywood Reporter Magazine
- Figura 14 - Vogue Magazine 2016
- Figura 15 - Ensaio Glamour Magazine 2017
- Figura 16 - Met 2017
- Figura 17 - Ensaio Marie Claire Magazine 2018
- Figura 18 - Ensaio InStyle Magazine 2018
- Figura 19 - Zendaya em Euphoria
- Figura 20 - Zendaya na Premiere de Homem-Aranha: Longe de Casa
- Figura 21 - Ensaio para a Elle Magazine 2019
- Figura 22 - Ensaio para a Vogue 2019
- Figura 23 - Ensaio para a Paper Magazine
- Figura 24 - Tommy Hilfiger x Zendaya
- Figura 25 - Campanha Mai Troppo
- Figura 26 - Zendaya no Emmy 2020
- Figura 27 - Ensaio InStyle
- Figura 28 - Zendaya como embaixadora da Valentino
- Figura 29 - Ensaio Elle 2020
- Figura 30 - C.Z. Guest por Slim Aarons

Figura 31 - Ensaio W Magazine 2021

Figura 32 - Ensaio do elenco de Duna na EW

Figura 33 - Zendaya promovendo Duna

Figura 34 - Ensaio Vogue 2021

Figura 35 - Zendaya no CFDA Awards 2021

Figura 36 - Campanha Bulgari 2021

Figura 37 - Première de Homem-Aranha: Sem Volta Para Casa

Figura 38 - Emmy 2022

Figura 39 - Elenco de Euphoria em ensaio para a The Cut Magazine

Figura 40 - Zendaya para a W Magazine 2022

Figura 41 - Bulgari Unexpected Wonders

Figura 42 - Zendaya na Time 100

Figura 43 - Josephine Baker

Figura 44 - Zendaya Vogue Italia

Figura 45 - Desfile de lançamento da coleção Pink PP na PFW

Figura 46 - Valentino Pink Dreams

Figura 47 - Linha do tempo

SUMÁRIO

I. Introdução	11
II. Do Vestuário a Moda	13
III. A moda sob os holofotes	18
IV. Novo formato das revistas de moda	21
V. O protagonismo das celebridades	26
VI. A ascensão de Zendaya	32
a. 2010 à 2014	32
b. 2015 à 2018	40
VII. A Consolidação de Zendaya no mundo da moda	59
VIII. Considerações finais	89
IX. Referências	91

I. Introdução

A moda não é ditada somente pelas grandes *maisons* que a compõe, celebridades também fazem parte desse complexo processo, influenciando nas tendências *fashionistas* do momento. Contudo, somente a fama não garante que uma celebridade tenha influência no cenário da moda global, é necessário que diversos meios de comunicação reafirmem sua relevância para que esse impacto seja, de fato, considerado importante na indústria.

Um dos meios mais importantes para essa mudança de *status* na moda são os ensaios fotográficos em revistas especializadas, que continuam com um alcance expressivo mesmo após mais de um século desde seu surgimento, reverberando nas mídias sociais mesmo quando são polêmicos, mas sempre colocando celebridades sob os holofotes. Sendo assim, o trabalho tem o intuito de entender como ensaios fotográficos em revistas impactam nesse processo de circulação de sentidos no mundo da moda.

Para aprofundar a discussão, será analisado como tais ensaios impulsionaram a carreira de Zendaya, atriz, produtora e cantora estadunidense. Visto que, com apenas 25 anos, a artista foi eleita pela CFDA Fashion Awards (Council of Fashion Designers of America) como o maior ícone *fashion* de 2021, e desde então é considerada um dos nomes mais relevantes de sua geração no segmento. A artista é requisitada por muitas marcas, presente em diversos desfiles e semanas de moda, já teve parcerias com grifes como a Louis Vuitton, Bulgari, Valentino e muito mais. Além de também já ter estampado as capas das maiores revistas de moda do mundo, como Vogue e Elle.

Diante deste contexto, consideramos os seguintes objetivos para a presente investigação: entender os fenômenos de circulação de sentidos da moda; compreender o papel dos ensaios, enquanto fenômenos midiáticos, nesse processo de circulação de sentidos; analisar como os ensaios impulsionaram a carreira de Zendaya, de modo a se tornar um nome influente no mundo da moda.

Para dar conta de tais objetivos e compreender o papel dos ensaios fotográficos em revistas no processo de circulação de sentidos na moda, no

decorrer do trabalho, será realizada uma discussão teórica a partir de conceitos sobre moda, publicidade, meios de comunicação, revistas especializadas, celebridades e circulação de sentidos dentro do mundo da moda.

Nesse sentido, será realizada uma análise empírica acerca de como ocorreu a inserção de Zendaya no mundo da moda e, principalmente, sobre como os ensaios fotográficos protagonizados pela estrela foram essenciais para tamanho sucesso. Os ensaios a serem observados vão até 2022 e a quantidade aumenta significativamente a partir de 2018, ano em que Zendaya deixou a emissora que a lançou na indústria do entretenimento, Disney Channel, e começou a diversificar seu portfólio no mercado audiovisual e a trabalhar mais intensamente com grandes editoras.

Para melhor organização do tema, o trabalho está estruturado em seis capítulos principais, indo desde os significados da moda, o papel das revistas e das celebridades, até uma análise aprofundada da carreira da atriz e sua inserção no mundo da moda.

II. Do Vestuário a Moda

O vestuário remonta à pré-história, quando os seres humanos usavam adornos de animais, tanto para se protegerem de possíveis agressões, predadores ou condições climáticas adversas, quanto para se sobressair perante os outros. Uma vez que a utilização de adornos, como garras, dentes e até mesmo a pele de animais, simbolizavam coragem e bravura. As vestimentas do período também podiam estar ligadas a crenças, pois muitos acreditavam ser possível ganhar poderes dos animais que formavam os adornos, como força e agilidade (BRAGA, 2022).

Contudo, ainda que muitas vezes sejam utilizados como sinônimos, moda e vestuário não são o mesmo. A moda só surge quando o vestuário passa a cumprir uma função secundária, o caráter estético. De acordo com José Paz Gago, em *Moda e Sedução* (2016), com a moda "[...] o corpo adquire toda sua significação por meio do vestuário que lhe dá forma, que o destaca, que lhe dá seu sentido mais pleno, convertendo o em significante imaginário, em um corpo imaginário do desejo" (GAGO, 2016, p. 26).

É nas antigas civilizações que a moda começa a ganhar forma. Quando os seres humanos deixam de ser nômades e constroem grandes civilizações, as relações de poder entre as classes sociais se estabelecem e os nobres encontram na moda uma maneira de se destacarem, de modo a evidenciar as discrepâncias de poder na sociedade. Conforme João Braga mostra em *História da Moda* (2022), é possível ver que isso ocorre há milhares de anos.

No Egito Antigo, por exemplo, a constante praga dos piolhos levava muitos egípcios a rasparem a cabeça para evitar infestação. Mas, enquanto as classes menos abastadas andavam com suas cabeças expostas sob o sol escaldante, a nobreza utilizava perucas de cabelo natural ou de origem vegetal. Já os faraós utilizavam *crafts* amarrados na cabeça e barbas postiças de cerâmica (BRAGA, 2022, p. 24). O que era uma forma, não só de se proteger do calor da região, mas como também uma demonstração de riqueza e poder, já que muitos de seus servos e escravos não tinham nem o que vestir.

Por outro lado, na Roma Antiga, o grande símbolo de ostentação estava nas togas. As túnicas faziam parte do dia-a-dia dos romanos, mas a toga, um pano drapeado que vai por cima do ombro e ao redor do corpo, era para poucos, apenas figuras importantes e ricas conseguiam comprar. O tecido, tamanho e cores da toga indicavam o status social de quem a estava usando.

Já na Europa Feudal, ainda que as vestimentas dos nobres tivessem cortes semelhantes aos das pessoas mais humildes, suas roupas se diferenciavam pelo tipo de material e a abundância de camadas de tecidos. Além disso, enquanto seus servos usam cores neutras, a nobreza e o clero tinham dinheiro para comprar tecidos tingidos de cores mais vibrantes, como azul e vermelho, possibilitando que a discrepância de condições financeiras pudesse ser vista à distância. Justamente por estes caminhos diferenciadores é que Lipovetsky (2009, p.31) afirma que a moda tem seu início no ocidente, no século XIV.

Todavia, a moda como conhecemos hoje está muito mais ligada às grandes revoluções do século XVIII: a Revolução Industrial, na Inglaterra, e a Revolução Francesa, que trouxeram grandes mudanças tecnológicas e sociais para o período. A Revolução Industrial, na segunda metade do século, resultou em uma nova economia capitalista baseada na produção industrial em larga escala de produtos manufaturados, o que fez com que o setor têxtil conseguisse atender às demandas do mercado global e que, consequentemente, a quantidade de produtos exportados aumentasse. Com o avanço nos transportes, a logística também progrediu e facilitou o reabastecimento de pontos de venda nacionais e estrangeiros.

A queda do Antigo Regime pela Revolução Francesa também teve um papel central na história da moda. Pois, com a ascensão da burguesia após a Queda da Bastilha, houve um rompimento com o uso de roupas extravagantes e a introdução de uma moda mais simples e prática. Além disso, a Queda da Bastilha também culminou na abolição das Leis Suntuárias, que foram criadas no século XIII e se intensificaram ao redor do mundo a partir do século XIV, marcando presença na Europa, China, Japão, Estados Unidos e em comunidades muçulmanas. As leis estabeleciam uma “normatização social” ao determinar o que cada grupo social deveria usar, a fim de evidenciar a hierarquia social da época e indicar a qual grupo cada indivíduo pertencia, como monarcas, prostitutas, judeus, entre outros. Outro

motivo para a criação das leis sumptuárias foi a tentativa de reduzir o consumo, considerando as grandes dificuldades financeiras do período. No entanto, muitos estudos mostram que essas leis não foram muito eficazes, uma vez que não impediram que as pessoas comprassem o que desejavam, apenas dificultaram um pouco mais esse processo (VIEIRA, 2020).

Com o fim dessas obrigatoriedades, ainda que as condições sociais e econômicas do período ainda tivessem grande influência sobre quais roupas seria possível comprar, os franceses passaram a ter certa liberdade para se vestir. O que, em tese, vai de encontro aos ideais igualitários da Revolução Francesa.

Ademais, em “O Império do Efêmero”, Lipovetsky afirma que, justamente devido a sua relação com grandes revoluções no mundo moderno, a moda tem o caráter provocativo em suas raízes. O que faz a moda ser marcada por críticas de diversos setores por romper com normas morais e religiosas do período em que está inserida (LIPOVETSKY, 2009, p. 35).

Como ocorreu quando a estilista Coco Chanel popularizou a utilização de calças por mulheres ocidentais. Pois, apesar de as peças já serem usadas por mulheres em algumas atividades esportivas e em fábricas, ela mostrou que as peças poderiam unir praticidade e moda, fazendo com que as peças não só fossem associadas ao conforto, mas também ao estilo. Inclusive, foi uma das principais razões pelas quais a estilista se tornou uma das mais influentes do século XX¹.

Assim, é observável como ambas as revoluções impactaram no surgimento no sistema de moda moderno, que passou a contar com maquinário destinado à produção em larga escala na indústria têxtil e com cada pessoa se vestindo de acordo com suas próprias escolhas pessoais.

No entanto, é importante ressaltar que ainda que os cidadãos pudessem contar com mais opções para decidir o que vestir, não quer dizer que as pessoas são totalmente livres para realizar essas escolhas. Pois, “A igualdade será apenas aparente, uma vez que a moda impõe diferenciações que simbolizam a vestimenta do poder político ou econômico dos elegantes” (GAGO, 2016, p. 39). Ou seja,

¹ Disponível em:
<https://glamour.globo.com/moda/noticia/2013/02/mulher-calcas-compridas-paris-lei-chanel.ghtml>.
Acesso em: 18 de setembro de 2023

embora não houvesse mais empecilhos legais para a compra de vestimentas, permaneceram as pressões econômicas, sociais e morais que afetavam as decisões das pessoas, pressões presentes até os dias de hoje.

As diferenças socioeconômicas dos cidadãos levaram a segmentação das marcas do ramo da moda, pois com o forte crescimento do mercado, as marcas foram redesenhadadas conforme o poder aquisitivo de seus consumidores. Segundo Fykaa Caan e Angela Lee, em “*Celebrity Fashion Marketing*” (2023), é possível segmentar as marcas de moda da seguinte maneira: moda de rua ou mercados de massa, roupas de grife e marcas de luxo.

A moda de rua, como o próprio nome sugere, são produções massificadas mais acessíveis para a população. Obviamente, existem diferentes níveis dentro do nicho, que dizem respeito a segmentação da marca, qualidade e rotatividade das coleções. Mas, de modo geral, estão inclusas marcas relativamente populares e de preços mais baixos, como: Torra Torra, Renner, Marisa, Lojas do Brás e 25 de Março em São Paulo, Lojas da Saara no Rio de Janeiro ou do Centro Têxtil em Fortaleza.

As roupas de grife apresentam preços e qualidade maiores do que as marcas de moda de rua, além de apresentar um estilo muito mais segmentado e com menos opções de peças, como a All Saints. Aqui também estão inclusas as marcas de difusão, as quais são linhas secundárias criadas por marcas de luxo, como a Miu Miu da Prada.

As marcas de luxo compõem o segmento mais restrito e segmentado do mundo da moda, com peças super limitadas e exclusivas que somente a classe social mais elevada consegue desfrutar. No nicho, é possível fazer duas divisões: *Ready to Wear* e *Haute Couture*. A primeira compõe marcas como a Moschino, com coleções baseadas em previsões de tendências que ocorrem duas vezes por ano. Enquanto a segunda envolve um nível ainda mais elevado, com peças exclusivas e materiais de altíssima qualidade, com coleções assinadas pelos estilistas mais famosos do mundo, como Gucci e Chanel (CAAN e LEE, 2023, p.27).

As pesquisas realizadas pelo mercado indicam que o faturamento das marcas de luxo terá um futuro cada vez mais promissor, indo na contramão da crise

econômica global. No relatório desenvolvido pela consultoria Bain & Company, estima-se que o setor de bens de luxo pessoais deve ter um aumento de 22% de vendas no ano de 2023, indo de € 288 bilhões (R\$ 1,6 trilhão) em 2022 para € 353 bilhões. A expectativa é de que o aumento nas receitas seja exponencial nos próximos anos, podendo aumentar em 60% até o final de 2030².

As principais razões apontadas pelo relatório para esse aumento significativo estão atreladas aos gastos da geração Z e Alpha, já que o consumo de bens de luxo tem acontecido cada vez mais precocemente. Os millennials começaram a consumir esses produtos a partir dos 18–20 anos, por outro lado, os consumidores da geração Z estão comprando a partir dos 15 anos, e ao que tudo indica o comportamento deve continuar com a geração Alpha (nascidos a partir de 2010).

Para alcançar um lucro tão alto, as marcas utilizaram de diversos métodos para que seus produtos fossem comprados recorrentemente, de modo que continuassem sendo objetos de desejo mesmo após a primeira compra pelo consumidor. Para atrair a atenção dos atuais e potenciais consumidores, uma das técnicas mais comuns é o constante lançamento de coleções de peças em um curto período, que muitas vezes não chegam a passar de 2 semanas nas vitrines. Dessa maneira, as roupas de coleções anteriores, mesmo que lançadas em um curto intervalo de tempo, passam a ser categorizadas como “ultrapassadas”, fazendo com que as grifes consigam manter bons níveis de vendas em diferentes épocas do ano, já que sempre possuem novidades.

Tais estratégias podem ser tidas como parte de uma obsolescência planejada, “Segundo a qual cada lançamento novo gera insatisfação pelo antigo e estimula o desejo de adquirir o atualizado” (YANAZE, 2011, p. 40). Dessa forma, as marcas reduzem o ciclo de vida de suas peças de vestuário, joias, perfumes e etc., pois, com a sazonalidade de produtos, sobretudo nas coleções de outono/inverno e primavera/verão, nunca deixam seus clientes satisfeitos com o que têm e sempre os incentiva a comprarem seus lançamentos mais recentes para que os consumidores sintam que estejam “na moda”.

² Disponível em:

<https://www.forbes.com.br/forbes-money/2022/11/mercado-global-de-luxo-deve-faturar-78-trilhoes-em-2022-alta-de-21/%3famp>. Acesso em: 20 de set. 2023.

III. A moda sob os holofotes

A publicidade tem um papel central na alimentação do ciclo de significados citado anteriormente, criando um grande espetáculo de encantamento. Pois, conforme Santaella (2004), devido ao caráter público da publicidade, somos expostos a imagens e a outras comunicações visuais o tempo todo, em qualquer lugar e a todo instante. Com isso, até as imagens destinadas a vender as mercadorias também se transformaram em mercadorias na sociedade capitalista em que vivemos. Como consequência, ficamos completamente cercados por imagens hipnotizantes e sedutoras.

Nesse sentido, se torna praticamente uma tarefa impossível separar a moda dos meios de comunicação, visto que

A partir de seu nascimento, o sistema da moda está vinculado aos meios de comunicação, uma vez que, sem eles, não poderia existir dada a sua própria natureza crontrópica: num menor tempo possível as novas tendências devem ser estendidas ao maior espaço geográfico, para que possam tornar-se moda” (GAGO, 2016, p. 39).

Ou seja, os meios de comunicação são essenciais para a moda conseguir difundir tendências rapidamente no cenário global, na mesma velocidade em que as substitui, criando um ciclo difícil de ser quebrado.

Um dos principais veículos nesse processo de divulgação de tendências, e um dos mais antigos, são as revistas especializadas de moda que surgiram ainda no século XVII e persistem até hoje, mesmo com a migração para o ambiente digital, ainda é possível comprá-las em versões impressas.

Segundo Camila Soares López (2014), o período em que a revista foi criada já era favorável para a imprensa, sobretudo com a criação da prensa móvel do alemão Johannes Gensfleisch, em 1439. Essa invenção revolucionou a produção de livros ao permitir que fossem impressos e não mais reproduzidos à mão, tornando as obras mais baratas. Com a prensa, começaram a surgir panfletos e alguns periódicos, que podiam trazer assuntos como notícias e literatura. Dois séculos depois, em 1663, surgiu a primeira revista, também na Alemanha, a “*Erbauliche*

Monaths-Unterredungen" ("Edificantes Discussões Mensais"), uma revista filosófica que circulou por apenas 5 anos.

Já as revistas especializadas em moda têm sua origem datada em 1672, quando Jean Donneau Visé fundou o "*Le Mercure Galant*", na França, com a autorização do próprio Rei Luís XIV. A revista era dirigida principalmente para o público feminino e, com o passar dos meses, a revista semanal foi ficando cada vez mais variada, tratando de poemas, peças, a vida na Corte e também com artigos de moda (LÓPEZ, 2014).

Conforme afirma a BBC (2018), a revista 100% voltada ao público feminino foi a "*The Ladies Mercury*", publicada no Reino Unido, em 1693, criada por John Dunton. A revista cobriu temas como amor, casamento, comportamento, moda e humor, sendo uma das principais responsáveis pelo formato que permeou os séculos seguintes.

Mas é em 17 dezembro de 1892 que uma certa revista é publicada pela primeira vez e revoluciona toda a indústria da moda: a Vogue, criada por Arthur Baldwin Turnure, com o intuito de ser uma publicação realista sobre sociedade e moda³. As edições eram lançadas semanalmente com notícias, poesias e desenhos humorísticos, mas a cada edição que era publicada, a moda ganhava mais espaço. O que acabou culminando em sua total transformação ao ser adquirida pela Condé Nast, em 1909, que virou uma revista mais luxuosa sobre moda, beleza, arte, estilo e textos jornalísticos.

As mudanças não pararam por aí, a Nast aumentou o preço da revista, as publicações passaram a ser quinzenais e foram contratados ilustradores renomados para incluírem suas obras nas capas, ampliando seu valor simbólico. Depois de mais de duas décadas, em 1932, a Vogue também passou a ser pioneira ao publicar a primeira capa de revista fotografada a cores, suas capas contavam apenas com ilustrações coloridas até então.

A partir daí, as fotografias publicadas em revistas de moda tornaram-se cada vez mais frequentes, o que resultou na criação de editoriais fotográficos que, sobretudo nos anos 60, tiveram um impacto significativo na formação de opinião dos

³ Disponível em: <https://www.vogue.pt/vogue-historia-primeiras-vezes>. Acesso em: 18 de set. 2023.

leitores em relação às novas tendências, ao que estava obsoleto e a todas as outras novidades do mundo da moda.

Devido a revistas como Vogue e Harper's Bazaar serem destinadas a mulheres de classe média-alta, nas décadas de 20 e 30 também surgiram novas revistas destinadas à classe média, como *Good Housekeeping* e *Woman and Home*, que visavam ser mais realistas e práticas ao colocarem foco nos afazeres domésticos. No entanto, serem revistas direcionadas a mulheres de classes menos favorecidas não significa que a moda não fosse abordada. Ao contrário, as publicações ofereciam orientações sobre como ser uma mulher atraente para o marido, apresentando tendências acessíveis, sempre levando em conta o orçamento limitado das leitoras e utilizando ilustrações e fotografias para tornar o conteúdo mais intuitivo e ilustrativo (GIBSON, 2011, p.127).

Segundo Valdete Souza e José Custódio, em "Fotografia: meio e linguagem dentro da moda" (2005), o surgimento da fotografia também possibilita a criação de um novo ponto de vista estético, pois a fotografia permite novos ângulos e técnicas. As imagens não trazem apenas o produto, todo o seu conjunto carrega sugestões de como combinar as peças e se destacar, chamando a atenção de quem vê as imagens e criando um desejo para adquirir tais produtos.

Além disso, eles também afirmam que cada revista tem estilos predominantes diferentes em relação umas às outras, por mais que todas tratem de moda, algumas podem ser mais didáticas ao ensinar exatamente como se arrumar para cada ocasião, enquanto outras têm um objetivo de causar polêmicas e questionamentos. Pois

Revistas que não objetivam dar situações prontas à sua leitora não precisam ser funcionais, o que concede maior autonomia à imagem fotográfica. Esses veículos são preferidos para a expressão dos fotógrafos de moda, já que permite o uso de seu imaginário na construção de idéias e conceitos, pois não existe um texto pré-estabelecido a ser seguido. As inserções publicitárias nessas revistas, especialmente das grandes marcas, apresentam-se como ilustrações criadas artisticamente, em que a importância principal não é a roupa (SOUZA e CUSTÓDIO, 2005, p. 243).

Ou seja, os fotógrafos de revistas como Elle, Vogue e Bazaar têm uma liberdade criativa maior, ousando mais e transformando cada imagem em um ensaio

teatral. Porque essas revistas não têm um caráter funcional, elas visam incentivar a quebra de paradigmas e realçar comportamentos e atitudes que saem da zona de conforto dos leitores, propondo novos olhares para a moda ao incentivar discussões.

Importante salientar que o surgimento e consequente sucesso destas revistas, originadas nos Estados Unidos, só foi possível devido ao fechamento dos ateliês de alta-costura franceses durante a Segunda Guerra Mundial, visto que permitiu a expansão do mercado de moda estadunidense, ocasionando na criação de revistas de moda que posteriormente se tornaram as maiores referências no mundo todo, como Vogue e Harper's Bazaar, com versões diferentes em vários países, incluindo o Brasil (GIBSON, 2011).

IV. Novo formato das revistas de moda

Com a Era de Ouro do cinema estadunidense entre os anos 20 e 60, as revistas de moda estavam sempre promovendo um estilo de vida com base nas maiores estrelas de Hollywood, como comportamentos e looks do momento, ressaltando quais marcas luxuosas de roupas, acessórios e produtos de beleza as celebridades estavam utilizando.

Como as revistas sempre exaltavam determinadas celebridades por "lançarem uma nova tendência", os fotógrafos contratados para fazer os ensaios fotográficos que iriam estampar a capa e as demais páginas dessas revistas também queriam ser reconhecidos por desempenharem um trabalho inovador. Em vista disso, buscaram explorar técnicas recentes e aproximar a fotografia de moda da arte (SILL, 2012), resultando em ensaios cada vez mais teatrais e visuais, com composições fantasiosas e distantes do cotidiano.

O sucesso do novo formato das revistas com ensaios fotográficos também se deve ao fato de a imitação ser um dos principais pilares que sustentam a moda. Assim como os desfiles e as vitrines, as revistas também incentivam o comportamento e o desejo de copiar o que está sendo apresentado, ainda que

como visto anteriormente, essa função seja menos perceptível em algumas revistas, elas induzem os seus leitores a buscarem a semelhança com os elementos das fotografias presentes em cada edição, mesmo que indiretamente. Afinal, “A padronização, o pertencimento, a aspiração, todos os sentidos que se costuma associar ao consumo de moda passam, diretamente, seja em que tempo for, pela imitação” (PÉREZ e POMPEU, 2020, p. 8).

Além disso, em busca de aumentar sua rentabilidade, é notável que a indústria da moda investiu no uso de celebridades ao perceber seu grande potencial econômico, capaz de mobilizar multidões em prol do aumento das receitas (TORRES, 2012). Com isso, as capas de revistas deixaram de ser estampadas por modelos anônimas para darem espaço ao rosto de figuras famosas, como atrizes, *topmodels*, cantores, esportistas e muito mais. Assim, as celebridades se transformaram em manequins e, ao mesmo tempo, em vitrines, pois expõem os produtos enquanto tentam criar desejo através de estímulos visuais.

Todavia, o interesse por essas celebridades não se limitou apenas ao consumo e apreciação de suas fotos. Ao longo do século XX, as revistas perceberam a oportunidade de um aumento nas vendas através da exploração da vida privada dessas celebridades. Foi assim que surgiram as primeiras revistas de fofoca.

As fofocas sobre celebridades que mais se assemelham ao que temos hoje datam do final do século XIX, quando uma coluna jornalística, em Londres, revelou uma informação "surpreendente" sobre uma influente família do período. Em 1986, Lady Colin Campbell, uma aristocrata irlandesa, teria fugido com o amante Lord Blandford, o que instigou o público a querer mais informações sobre as motivações e o romance da jovem⁴.

Com o passar dos anos, mais jornais adotaram o novo modelo e, no século seguinte, levaram a criação das primeiras revistas inteiramente dedicadas a fofocas sobre celebridades. O surgimento dessas revistas foi impulsionado pela expansão das mídias e, consequentemente, a indústria do entretenimento. Já que novas

⁴ Disponível em:
<https://archive.nytimes.com/tmagazine.blogs.nytimes.com/2010/12/07/poparazzi-a-history-of-gossip/>. Acesso em: 18 de set. 2023.

celebridades surgiam a todo momento e suas presenças eram garantidas não apenas no cinema, mas como também no rádio e televisão, o que fornecia muito mais material para as revistas comentarem e asseguravam que grande parte de seus leitores reconheceriam as personalidades mencionadas, pois as chances de terem visto determinada celebridade em ao menos um canal desses canais midiáticos era muito grande.

Um caso bastante emblemático no ramo de revistas de fofocas foi o lançamento da revista Hello em 1993, em Londres, que revolucionou a indústria das revistas ao unir fofocas sobre celebridades ao mundo da moda, levando os looks e comportamentos de celebridades ao interesse popular. Importada do modelo espanhol (OLÁ!), que não teve tanto sucesso, a versão inglesa causou um grande impacto logo em sua primeira edição, com uma entrevista exclusiva e um ensaio fotográfico da Princesa Anne no Palácio de Buckingham, falando sobre a vida da realeza britânica, a alta sociedade e estrelas de Hollywood. Até então, as entrevistas de celebridades se limitavam a apenas os jornais e com temas muito diferentes.

“Foi a primeira vez que celebridades foram fotografadas em praticamente todos os cômodos de suas casas e muitas vezes com seus filhos”, disse Maggie Koumi, a primeira editora (conjunta) da OLÁ!, ao relembrar a história da revista, que complementou dizendo que “foi a intimidade de vê-los sentados no sofá ou no banheiro – até no banheiro – os leitores sentiram que estavam em sua casa”.⁵

A partir de então, com o sucesso da Hello e sua expansão para outros países, muitas revistas semelhantes surgiram com esse formato, dando visibilidade ao estilo de vida de diversas celebridades dos mais diferentes ramos.

É interessante agora olhar para as primeiras edições da Hello, pois houve uma clara tentativa de focar no extremo superior do espectro social. Suas fotos apresentavam as casas e estilos de vida dos ricos, famosos e bem relacionados. À medida que a cultura das celebridades se consolidava, estas estenderam-se às casas de jogadores de futebol, músicos e estrelas da televisão (Gibson, 2011, p. 129, tradução nossa)⁶

⁵ Disponível em:
<https://www.hellomagazine.com/celebrities/2013052012670/hello-magazine-history-25-birthday/>.

Acesso em: 22 de set. 2023.

⁶ "It is interesting now to look at the early issues of Hello, for there was a clear attempt to focus on the higher end of the social spectrum. Its photo spreads featured the homes and lifestyles of the rich,

As revistas de moda também aderiram à tendência de se adentrar na vida privada das celebridades. Só que enquanto as revistas de fofoca têm um caráter mais popular e cotidiano, as revistas de moda encontraram nas entrevistas uma nova forma de se aprofundar na vida pessoal dessas celebridades de um modo menos "invasivo", sem paparazzis vazando informações, com entrevistas oficiais e exclusivas acompanhadas de ensaios fotográficos. Os temas das entrevistas variam de acordo com a celebridade, mas tendem a circundar assuntos como carreira, relacionamentos, planos futuros e polêmicas recentes.

É observável como as revistas foram mudando ao longo do tempo, não apenas em relação ao seu conteúdo, mas como também ao seu formato. Por mais de um século, as revistas puderam ser acessadas apenas por sua versão impressa, que poderiam ser compradas em bancas de jornal. Porém, com o avanço da internet nos anos 2000 e a popularidade crescente dos blogs, grandes revistas passaram a investir também no modelo online. Atualmente, é possível encontrar essas revistas disponíveis para compra no formato digital e no modelo impresso tradicional, mesmo que este segundo tenha reduzido a quantidade de vendas drasticamente.

Mas foi se o tempo em que uma entrevista ou ensaio fotográfico apenas podia ser acessado através da compra de cada edição, em seus sites as revistas disponibilizam as entrevistas e os ensaios, mesmo que parcialmente, de maneira gratuita em formato de matérias. Nesses sites também é possível acessar gratuitamente diversas matérias sobre moda, como lançamentos e dicas, que antigamente só estariam disponíveis nas revistas comercializadas. Além disso, é claro, as revistas de moda também marcam presença nas redes sociais, divulgando suas matérias do site e suas edições.

Com a mudança no formato, o perfil do leitor também mudou. De acordo com Natansohn, Cunha, Barros e Silva (2010), um dos maiores desafios é a periodicidade das revistas que dificultam a fidelização dos leitores, uma vez que

O leitor de revista é um nômade, difícil de domesticar. Se o jornal online fideliza leitores através da rapidez, a revista o faz nos interstícios das presas do cotidiano, através do lazer e do prazer estético, da diversão ou do entretenimento, assegurado por uma periodicidade maior. Se o jornal é eficiente na superficialidade dos fatos, revistas oferecem análise e opinião e,

famous and well connected. As celebrity culture took hold, these extended to the homes of footballers, musicians and television stars."

por cima de tudo, beleza. E em se tratando da web, a fidelização se vê desafiada pelo constante apelo a percorrer os caminhos da hipertextualidade (NATANSOHN et al. 2010, p. 2).

Desse modo, a demanda dos leitores por conteúdos constantes desafia os formatos tradicionais das revistas que, por sua vez, precisam estar sempre atentas aos temas e personalidades em evidência no momento para que não passem despercebidas por seu público-alvo. Por isso, as revistas têm investido cada vez mais em suas redes sociais, como Twitter e Instagram, compartilhando trechos de suas matérias e entrevistas, além dos seus ensaios fotográficos com celebridades, para despertar o interesse dos leitores e os incentivar a buscar mais sobre o assunto em seu site ou comprando a revista em questão.

Segundo Antônio Fausto Neto (2018), transformações desse tipo fazem parte de uma nova "arquitetura comunicacional", em que a midiatização sofre diversas alterações devido à nova organização social pautada em tecnologia em que vivemos, acarretando enormes mudanças no processo de circulação de sentidos. Já que os novos meios de comunicação afetaram práticas sociais e, como consequência, o modo como interagimos uns com os outros. Ao romper o tradicional modelo comunicacional unilateral composto apenas por emissor e receptor da mensagem, as mídias digitais fazem com que qualquer pessoa se transforme em um polo emissor, tornando a transação de sentidos em um processo extremamente complexo.

De acordo com Lucia Santaella (2004), diferentemente do rádio e da televisão, em que a comunicação é unilateral, com milhões de pessoas sintonizadas, mas sem nenhum retorno, a internet possibilita incomparável interação. Especialmente falando das redes sociais, consideradas verdadeiras inovações na comunicação devido ao seu caráter interativo, fazendo com que o indivíduo possa reagir aos conteúdos expostos e também ser o criador de seus próprios conteúdos, criando uma conexão entre seus interagentes. O que leva os ensaios fotográficos a reverberarem ainda mais entre o público.

V. O protagonismo das celebridades

Quando a indústria percebeu que a juventude era o momento em que surgia o comportamento consumidor, por ser uma fase em que se buscam figuras de admiração que substituam os pais e quando o indivíduo está mais aberto a vivenciar novas experiências, a publicidade passou a investir em "heróis da cultura de massa" para preencher esse espaço. Assim, os símbolos publicitários passaram a ter grande influência no mundo da moda e "Moda e mídia tomaram um caminho comum: servir de suporte uma à outra e engrossar mutuamente a extensa malha de mercado mediante a qual se produzem e oferecem novos produtos" (SOUZA e CUSTÓDIO, 2005, p. 236).

A moda visa diferenciar a elite das demais camadas da sociedade, porque se os "comuns" se vestem igual à elite, a diferença social não é plenamente evidente. Então, a moda encontrou nas celebridades, que emanam uma sensação de inalcançabilidade, superioridade e admiração, uma nova ferramenta para realçar essa diferença (MORIN, 1990, p. 98).

Por isso, antes de discutir sobre o objeto de estudo do presente trabalho, é importante reforçar o significado de algumas palavras que atribuímos a personalidades de tamanha popularidade. Ao olhar para sua origem do latim, "fama" vem de voz pública, ligada a grande repercussão e alcance de algo. Já a palavra "ídolo" se refere a uma imagem de culto e admiração. "Celebridade", por outro lado, pode ser usada como substantivo ou adjetivo, e está ligada a uma figura que por determinada razão passa a ser digna de reverência e reconhecimento. Geralmente, o termo "celebridade" está ligado a uma fama instantânea e, na maior parte das vezes, passageira, pois celebridades são consideradas fenômenos contemporâneos, e é difícil prever se sua relevância será duradoura (FRANÇA et al. 2014).

Celebridades podem ser consideradas indivíduos que se transformam em verdadeiros objetos de contemplação e admiração que podem nos impactar diretamente e indiretamente, mesmo que por pouco tempo, visto que

As celebridades são uma voz poderosa no mundo do entretenimento e um produto de um processo de entretenimento que inclui vários componentes, como interesse público, excitação, estrela, fama, glória, controle e apelo para atrair atenção, publicidade e fãs. Nós, como sociedade, temos o privilégio de

observá-los, apreciá-los, consumi-los e compartilhá-los e na construção de si mesmos; eles, por sua vez, impactam nossos comportamentos e contribuem para a formação de nossa própria identidade (CAAN e LEE, 2023, p. 25).

Desse modo, a beleza física não pode ser considerada o único fator para a fama de uma celebridade, pois a notoriedade midiática dessas personalidades também é de extrema importância para que se ganhe tamanho poder de sedução, especialmente no que diz respeito às mulheres. Visto que, assim como Lipovetsky reforça em “Agradar e Tocar” (2019, p. 51), as celebridades femininas não visam apenas o olhar e atenção do público masculino, elas também buscam despertar emoções do público feminino, como inspiração e admiração.

As celebridades estão no patamar que estão por estarem em sintonia com os valores e princípios de um determinado grupo social, representando o que a sociedade valoriza no momento. Ademais, o carisma também é um pilar fundamental na construção desse sucesso do indivíduo, um conjunto de dons ou características específicas que fazem com que a celebridade seja reconhecida como digna de admiração e considerada uma autoridade carismática perante os indivíduos que mantém uma devoção a ela (FRANÇA et al., 2014).

Algumas celebridades possuem uma dimensão carismática maior, ao provocarem uma ruptura em certo campo, configurando um verdadeiro divisor de águas. É claro que os dons da celebridade não são o único fator para sua fama, é necessário que este talento seja reconhecido socialmente. Por isso que o carisma é considerado tão importante para discutir o poder de afetação das celebridades, que é a capacidade de um indivíduo sensibilizar a experiência dos sujeitos ao seu redor (FRANÇA al., 2012, p. 213).

Uma celebridade pode despertar diferentes sentimentos nos sujeitos ao seu entorno, representando o tanto de carisma ou poder de afetação que elas têm sobre os demais. O sujeito pode projetar os seus sonhos baseados nas conquistas obtidas por determinada celebridade, pode se identificar com algum momento ou situação vivida por essa pessoa, ou se distanciar da celebridade por não gostar de algo que ela tenha feito ou tenha acontecido com ela.

Nesse sentido, celebridades também contribuem para a transformação de produtos em objetos de desejo e este fenômeno não é recente. Já que, de acordo com Vander Casaqui (In BARBOSA e PEREZ, 2007), desde 1940, com a intensa produção cinematográfica nos Estados Unidos, astros de Hollywood criam tendências com seus looks caros dentro e fora das telas.

Desse modo, por exemplo, o caso de Marilyn Monroe pode ilustrar a situação. Haja vista que, a estrela de Hollywood foi responsável por trazer ainda mais visibilidade para as marcas Chanel e Levi's, pois era uma consumidora assídua e fazia uma espécie de publicidade instantânea, em que ao utilizar roupas e outros produtos dessas marcas fazia com que a procura aumentasse significativamente (MENEZES e VIANA, 2014). Além disso, a influência da atriz continua forte, já que, além de ser considerada um dos maiores ícones femininos já existentes, também tem sua imagem utilizada em várias campanhas póstumas, como a do perfume Chanel nº 5 em 2013⁷. Na qual a marca utiliza um áudio retirado de uma entrevista de Marilyn Monroe à revista Marie Claire, onde a atriz afirma que utilizava duas gotas do perfume antes de dormir.

Outro caso bastante emblemático é o da princesa de Hollywood, a atriz Grace Kelly. Nascida em uma família abastada da Philadelphia, em 1929, Grace migrou do teatro para o cinema e se transformou em um verdadeiro ícone *fashion* e do cinema na década de 50. Ela fez 11 filmes ao longo de sua carreira e era a atriz favorita do diretor Alfred Hitchcock, estrelando 3 de seus filmes: Disque M para Matar (Dial M for Murder), Janela Indiscreta (Rear Window) e Ladrão de Casaca (To Catch a Thief).⁸

Segundo Letícia Busolli Radaelli e Paula Puhl (2017), Grace Kelly pode ser definida como "a perfeição da beleza e do estilo nos anos 50". Pois sua sofisticação e elegância, dentro e fora das telas, a tornaram uma grande referência no período. Assim como suas personagens, Grace usava roupas em tons pastéis para valorizar seus olhos azuis e cabelo loiro, usando saias esvoaçantes, óculos escuros, corpetes e cardigãs para comporem os seus looks.

⁷ Disponível em: https://youtu.be/r6AtDQZ8K28?si=IRnZHOGPgR_GF14X. Acesso em: 25 de set. 2023.

⁸ Disponível em:
<https://claudia.abril.com.br/coluna/ana-claudia-paixao-hollywood-cinema-series/grace-kelly-a-estrela-que-deixou-hollywood-para-ser-uma-princesa/amp/>. Acesso em: 28 de set. 2023.

E é claro que, como qualquer outra celebridade, Grace não poderia ficar de fora da exposição de sua vida privada, que a acompanhou até o triste acidente de carro que levou o fim de sua vida. Por mais que já fosse uma super estrela de Hollywood, juntamente a Audrey Hepburn, Grace teve seu *status* de celebridade elevado ao se casar com o príncipe de Mônaco, em 1956. A partir de então a estrela teve que deixar seus trabalhos como atriz no passado, mas não saiu dos holofotes, a diferença é que agora não eram os looks de uma simples atriz que chamavam a atenção das pessoas, e sim os de uma princesa.

Além disso, segundo Casaqui (In BARBOSA e PEREZ, 2007), ainda na década de 50 as garotas propagandas também ganharam atenção no meio televisivo e o protagonismo se tornou ainda maior na década de 60, quando a TV foi popularizada em muitos países. Assim, garotos e garotas propaganda continuam sendo amplamente utilizados por grandes marcas como forma de atrair novos públicos, em contextos midiáticos diversos.

Como é o caso dos embaixadores de marcas, por exemplo, que têm uma relação mais forte com a marca do que simples influenciadores digitais, se transformando no “rosto da marca”. Visto que, recebem os produtos com antecedência e além de terem uma relação mais próxima com os consumidores, eles também convencem as pessoas presentes em seu círculo de influência das qualidades do produto. Assim, os embaixadores fazem com que seus seguidores sintam admiração e desejo pelas roupas, acessórios e demais produtos da marca, criando uma conexão emocional. Por outro lado, os influenciadores apenas vendem seus espaços de influência para ações pontuais e de forma impessoal (SCARAMBONE, 2021).

Porém, com o passar das décadas de 60 e 80, as revistas de moda foram percebendo que modelos profissionais eram os mais adequados para dar visibilidade às peças de novas coleções, pois enquanto a celebridade se torna o objeto de contemplação das fotos deixando as roupas e acessórios em segundo plano, os modelos faziam exatamente o oposto. A mudança serviu para dar mais destaque às discussões sobre a moda e não apenas as celebridades.

Só que, com o constante destaque de modelos nas passarelas, na publicidade e nas revistas, nos anos 80 houve a ascensão de um novo nicho de

celebridades, as *top models*. De acordo com Barbel Sill (2012), as *tops models* têm um papel especial no âmbito da beleza e da moda, pois unem e personificam qualidades de beleza e atitude para que os consumidores/ leitores das revistas sintam desejo de identificação pelas roupas, calçados e acessórios expostos.

As revistas de moda do século XXI não deixam as topmodels de lado, ainda que tenham reduzido um pouco sua presença atualmente, mas é a partir dos anos 2000 que as celebridades do cinema e da televisão voltam a ganhar um espaço mais marcante e intenso nas revistas. Ainda segundo Sill (2012), o uso de celebridades do ramo audiovisual nas revistas visa utilizar os personagens de filmes e seriados amplamente reconhecidos que esses artistas interpretam como forma de trazer credibilidade para as suas revistas.

Com a midiatização da moda e sua migração para o universo digital, as matérias de moda publicadas pelas revistas em suas redes não falam apenas sobre os novos lançamentos das *maisons*, fala-se primeiramente sobre a celebridade que está usando determinada roupa ou marca, ou sobre as celebridades que estiveram presentes em certo desfile, tudo sobre a celebridade vira notícia.

Além disso, como as revistas de moda também tem o intuito de atingir leitores envolvidos profissionalmente com o ramo, é comum aparecerem nessas matérias informações sobre estilistas, cabeleireiros, maquiadores e profissionais correlatos. Visto que também são consideradas celebridades nos campos em que atuam (ELMAN, 2016). Como é o caso de Anna Wintour, editora-chefe da Vogue americana desde 1988, considerada uma das figuras mais famosas do mundo da moda cujos rumores e mistérios acerca de sua vida inspiraram o famoso filme O Diabo Veste Prada (2006), estrelado por Anne Hathaway e Meryl Streep⁹.

Como visto no capítulo anterior, as mídias digitais também possibilitaram a interação entre os indivíduos, o que favoreceu a expansão da cultura de fãs. Com a popularização das redes sociais, as celebridades passaram a ter um poder de afetação ainda maior, principalmente por causa de seus fãs. Já que, a internet possibilita que os fãs tenham muito mais recursos para buscarem informações de

⁹ Disponível em:
<https://vogue.globo.com/moda/noticia/2023/04/quem-e-anna-wintour-conheca-a-historia-da-editora-de-moda-mais-famosa-do-mundo.ghtml>. Acesso em: 22 de set. 2023.

seus ídolos, além de permitir que os próprios fãs se tornem disseminadores de conteúdo. O que gera um equilíbrio na imagem dessas celebridades, afinal, por mais que os fãs agora tenham mais insumos para acompanhar a vida de seus ídolos devido a sua exposição constante em meios diferentes, as celebridades também conseguem aparentar serem menos inacessíveis a partir de pequenas interações com seu público, inclusive os respondendo diretamente em suas redes sociais (SILVA e OLIVEIRA, 2016).

Contudo, mesmo com a transição da cultura analógica para a digital, a distância continua sendo um fator de extrema importância no relacionamento de celebridades e seus fãs. Pois o distanciamento funciona como uma barreira, impedindo que ambas as partes tenham uma experiência completa, fazendo com que a celebridade continue em um patamar distante e digno de admiração. Ou seja, a celebridade precisa encontrar uma forma de estreitar o relacionamento com os seus fãs ao mesmo tempo em que os encanta, pois a quantidade e a fidelidade dos fãs é que garante a rentabilidade de uma celebridade, já que

A celebridade é usada para despertar sentimentos profundos de identificação no público consumidor. O sucesso de uma celebridade não deixa de ser determinado por sua capacidade de envolvê-lo e, em seguida, converter o maior número de ouvintes/ espectadores em fãs, que são os consumidores mais fiéis. Quando a celebridade não consegue nutrir essa relação, o sentimento de adoração cultivado por eles diminui até se esgotar. (DAROS, 2022, p. 103)

Desse modo, os ensaios fotográficos em revistas de moda são uma forma de celebridades se distanciarem e encantarem seus fãs, ao mostrarem roupas e conceitos fotográficos fantasiosos e luxuosos muito distantes da realidade da maioria de seus admiradores. Como fãs são potenciais consumidores dos produtos/ serviços usados pelo seu ídolo, é possível notar que as roupas caras usadas pelas celebridades nos ensaios também estimulam o desejo dos fãs em adquirir as peças e se vestir de forma parecida com o seu ídolo. Demonstrando o potencial das celebridades em se tornarem criadores e disseminadores de tendências por meio desses ensaios, além de se tornarem cada vez mais relevantes no mundo da moda, uma vez que, quanto mais popular for a celebridade, maior é o número de pessoas impactadas.

VI. A ascensão de Zendaya

a. 2010 à 2014

A ascensão de Zendaya, não só na atuação, como também no mundo da moda, se mostra um ótimo exemplo de como estes ensaios fotográficos em revistas continuam sendo fundamentais para a inserção de celebridades na moda.

Zendaya Maree Stoermer Coleman, conhecida apenas como Zendaya, nasceu no dia 1 de setembro de 1996, em Oakland, Califórnia - Estados Unidos. Sua mãe se chama Claire Stoermer, uma mulher caucasiana de ascendência irlandesa, inglesa, escocesa e alemã, e seu pai é Kazembe Coleman, um homem afro-americano que também trabalha como empresário da atriz. Como forma de se conectar com suas origens africanas, os pais da artista a nomearam como “Zendaya”, por significar ‘agradecer’ e ter origem shona, língua nativa do povo Shona, um macro grupo etnolinguístico do tronco Bantu, o maior grupo a se estabelecer no Vale do Zambeze, no Zimbábue¹⁰.

A carreira da estrela começou cedo, ainda durante a infância, com o lançamento da série *Shake it Up* ("No Ritmo"), em 2010, no Disney Channel. Mas antes disso já havia trabalhado como dançarina em um comercial estrelado pela então estrela do canal, Selena Gomez¹¹.

A Disney Media Networks International, com o sucesso do seu canal televisivo nos anos 2000, passou a criar estrelas *teen* periodicamente. Na maioria das vezes esse processo começava ainda durante a infância dos atores e atrizes de suas produções mais populares, especialmente das séries. Além de Zendaya e Selena, existem outras celebridades reveladas pelo canal que continuam em evidência atualmente que podem ser citadas, como: Demi Lovato, estrela de Camp Rock e Sonny With a Chance, e Miley Cyrus, protagonista de Hannah Montana.

Essas celebridades tinham suas vidas controladas dentro e fora das telas, tendo que manter um padrão comportamental e estético para refletirem os valores

¹⁰ Disponível em:

<https://www.seventeen.com/celebrity/news/a31509/zendaya-explores-her-family-tree-for-immigrant-heritage-month/>. Acesso em: 5 de out. 2023.

¹¹ Disponível em: <https://youtu.be/7UkHx9Nw5f8?si=mTWcAMyLv55AA5Ka>. Acesso em: 5 de out. 2023.

da empresa, como inocência, felicidade e magia (SOUZA et al., 2016). Elas tinham que se comprometer em manter a imagem de seus personagens em sua própria vida pessoal para que o canal aceitasse fazer campanhas publicitárias massivas com elas.

As estrelas da Disney eram obrigadas a realizar treinamentos intensos para aprender a como se portar e não manchar a imagem midiática que o canal havia planejado para elas. Logo, é evidente como elas eram tratadas como produtos da Disney, pois tendo em vista o planejamento da construção da imagem dessas celebridades, elas se transformam em produtos humanos a serem explorados em massa de acordo com a lógica da indústria cultural, através da produção de filmes, séries, brinquedos, jogos e outros bens de consumo (SOUZA et al., 2016).

Em sua série de estreia, Zendaya interpretava Rocky Blue e era protagonista junto a Bella Thorne, que fazia o papel de Cece Jones. As personagens eram melhores amigas tentando conciliar seu dia-a-dia de adolescentes com a vida profissional, já que ambas precisavam treinar para as suas performances de dança no programa mais popular da TV, o Shake it Up Chicago. A série teve 3 temporadas e acabou em 2013 devido à agenda lotada das atrizes principais, possibilitando que Zendaya mostrasse seus talentos não só na atuação, mas também na música. Porque além de dançar e cantar em vários episódios, Zendaya e Bella Thorne lançaram singles, videoclipes e 3 álbuns originais para a série¹².

Mesmo com as baixas avaliações da audiência, que rendeu notas 4,9/10 no IMDB¹³ e 61% de aprovação no Rotten Tomatoes¹⁴, a série conseguiu se tornar muito popular e criou fãs em diversos países, ganhando até mesmo um remake indiano, em março de 2013, com dois garotos substituindo as meninas da versão original¹⁵.

Além da história, o que também chamava a atenção dos espectadores eram os estilos marcantes das personagens. Com um excesso de acessórios, braços

¹² Disponível em: <https://www.omelete.com.br/series-tv/conheca-a-carreira-de-zendaya>. Acesso em: 7 de out. 2023.

¹³ Disponível em:

https://www.google.com/url?sa=i&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://m.imdb.com/title/tt1661326/&ved=2ahUKEwic27WXg5yCAxWlr5UCHV1-CRIQjh6BAgXEA&usg=AOvVaw1CDC9Rgml5z_BmYC43soR6. Acesso em: 4 de out. 2023.

¹⁴ Disponível em: https://www.rottentomatoes.com/tv/shake_it_up. Acesso em: 8 de out. 2023.

¹⁵ Disponível em: <https://www.imdb.com/title/tt8852102/>. Acesso em: 8 de out. 2023.

cheios de pulseiras de estilos diferentes, brincos com grandes pingentes, cintos coloridos, sobreposição de peças, mistura de estampas e muitas cores vibrantes combinadas. Por mais que hoje em dia, seja discutível se de fato as peças formavam uma boa combinação, é indiscutível como as personagens arrancaram elogios dos jovens do período, admiração que culminou inclusive no lançamento de uma linha de roupas inspiradas na série devido à alta demanda.

Figura 1 - Shake It Up



Fonte: Getty Images, 2011¹⁶

Figura 2 - Rocky de Shake It Up



Fonte: Getty Images, 2011¹⁷

¹⁶

<https://www.gettyimages.com.br/detail/foto-jornal%C3%ADstica/doctor-it-up-rockys-dad-dr-curtis-blue-returns-from-foto-jornal%C3%ADstica/132682283>. Acesso em: 8 de out. 2023.

¹⁷

<https://www.gettyimages.com.br/detail/foto-jornal%C3%ADstica/zendaya-stars-as-rocky-blue-on-disney-channels-shake-foto-jornal%C3%ADstica/124438113>. Acesso em: 8 de out. 2023.

O figurino tem um papel complexo e importante para a construção de um personagem, já que o situa em um contexto narrativo, um local e um período, de modo a definir sua personalidade e as demais características dele (DEL-VECHIO e BARRIOS, 2020). No caso de Shake It Up, o uso de cores vibrantes e estampas pode estar associado a faixa etária das garotas e as suas personalidades, pois ambas são bem alegres e divertidas. Além de também usarem muitas leggings e meias calças, algo comum entre dançarinas, justamente a profissão de Cece e Rocky.

Com a popularidade da série e do estilo das personagens, a Disney criou uma coleção de roupas em parceria com a Mattel, lojas Target, K-Mart, Sears, Payless, JCPenney, Kohl's e Macy's. A coleção para meninas pré-adolescentes, lançada em 2011, esteve disponível para compras exclusivamente nas Lojas Target. As roupas não tinham os nomes das personagens nem a logo da série estampados, também não eram cópias exatas dos figurinos de Cece e Rocky. A linha de roupas e acessórios era inspirada no próprio estilo das personagens. Então, havia muitas peças pretas brilhantes, com lantejoulas e tules, repletas de detalhes em verde, roxo e fúcsia.¹⁸

O investimento no lançamento da coleção e nos ensaios em revistas que as meninas participaram posteriormente mostra como a Disney fez um investimento pesado na divulgação da série e na criação de produtos derivados, considerando que a valorização do potencial de consumo do público infantil tem se tornado uma tendência global.

Devido aos altos níveis de exposição aos mais variados canais midiáticos desde seus primeiros anos de vida, é normal ver crianças cada vez mais preocupadas com suas aparências, se inspirando principalmente nos personagens dos conteúdos que assistem para pensarem no estilo de roupas, cabelo e maquiagem que gostariam de usar. Visto que, a aquisição de bens materiais é um dos modos para os indivíduos construírem suas identidades e relações sociais.

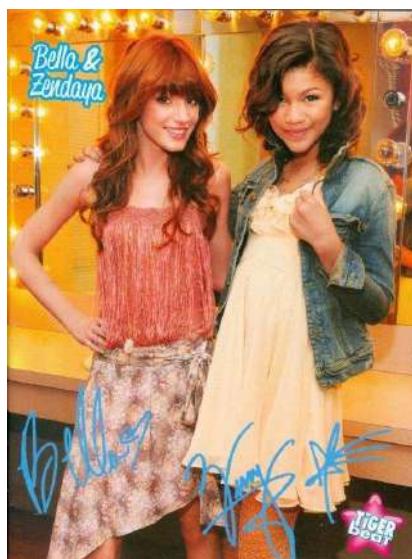
Em vista disso, a Disney viu uma imensa oportunidade para lucrar com esse público a partir de suas produções audiovisuais. Pois crianças cujas famílias tem

¹⁸ Disponível em: <https://people.com/parents/disney-and-target-shake-it-up-tween-collection/>. Acesso em: 3 de out. 2023.

condições financeiras mais estáveis costumam serem levadas por seus pais às compras e, na maior parte das vezes, acabam tendo um certa liberdade na escolha do que querem comprar (GUIZZO, 2009). Assim, as escolhas de figurinos na série acabam desempenhando um papel fundamental para impulsionar a venda de roupas, acessórios e demais produtos associados a esse universo.

Posteriormente, ampliando a presença das atrizes para outros canais, Zendaya e Bella começaram a estampar capas de revista. No entanto, com suas carreiras sendo administradas pela Disney, elas faziam ensaios com roupas semelhantes aos que suas personagens utilizavam. No início de suas carreiras, era comum que a maioria dos ensaios que participassem fossem juntas, sempre em revistas destinadas ao público infantil e adolescente. Juntas, Zendaya e Bella foram capas de revistas populares entre garotas, como Tiger Beat e Total Girl. A composição das fotos e os looks das atrizes se assemelhavam muito aos de suas personagens em Shake it Up, com muitas camadas de roupas, mistura de estampas e cores vibrantes. Mostrando que, devido a curta carreira das meninas, era inviável dissociar suas imagens da produção, pois o público ainda não as conhecia por outros trabalhos.

Figura 3 - Ensaio Tiger Beat 2011



Fonte: Tiger Beat, 2011¹⁹

¹⁹Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/383861568210458884/>. Acesso em: 6 de out. 2023.

Zendaya também fez alguns ensaios para revistas sozinha, ainda que essas revistas não fossem tão populares, ela conseguiu mostrar um lado um pouco diferente do que mostrava junto a Bela. Pois, diferentemente do que acontecia nos ensaios em que fazia com a co-estrela de Shake It Up, nem sempre Zendaya aparecia com um figurino 100% inspirado em sua personagem. Como é o caso da revista Kontrol, em que apesar de estar usando roupas estampadas, a atriz aparece utilizando salto alto, algo incomum para sua personagem dançarina. Além da Dream Magazine, em que Zendaya veste roupas mais casuais, diferentemente de sua personagem Rocky, que abusava de sobreposições e mistura de acessórios.

Figura 4 - Ensaio Kontrol Magazine 2011



Fonte: Live Jornal, 2011²⁰

Figura 5 - Ensaio Dream Magazine 2011



Fonte: Live Jornal, 2011²¹

²⁰ Disponível em: <https://anythingdiz.livejournal.com/5947077.html>. Acesso em: 10 de out. 2023.

²¹ Disponível em: <https://anythingdiz.livejournal.com/5315192.html>. Acesso em: 10 de out. 2023.

Com o sucesso da série, o elenco passou a aparecer em outros programas populares da televisão estadunidense para promover Shake it Up, como o Good Morning America e o Good Day New York. A partir de então, com a visibilidade que os atores da série estavam recebendo e com o lançamento de seu primeiro filme da Disney, Aminimigos (2012), que também protagoniza junto a Bella Thorne, Zendaya começou a ser chamada não só para fazer ensaios em revistas de moda, mas como também para participar de importantes eventos focados no público infantojuvenil.

Por exemplo, em 2011, com apenas 2 anos desde sua estreia no ramo da atuação, a artista foi convidada para a Teen Vogue Young Hollywood. A festa anual realizada pela Teen Vogue na mesma semana do Oscar, que reúne novos talentos de Hollywood e celebra a carreira de estrelas em ascensão. Naquele ano, também estavam presentes celebridades como Brie Larson, Hailee Steinfeld e Dylan O'Brien.²²

Todavia, no ano seguinte, Zendaya não só foi convidada novamente para o evento, como também foi uma das homenageadas da noite e, portanto, participou do ensaio fotográfico coletivo para a revista Teen Vogue, homenageados os quais a revista chamou de "elite talentosa de Hollywood".²³ Sob o conceito Cirque du Chique, Zendaya participou do ensaio com mais de 10 atores, com alguns nomes como Isabelle Fuhrman, protagonista de A Órfã (2009), e Willow Shields, que interpreta a irmã de Katniss Everdeen em Jogos Vorazes (2012). O cenário do ensaio é uma paisagem com vegetação seca, com tendas coloridas e adereços costumeiramente utilizados em apresentações de circo, como bolas grandes e coloridas, bicicletas, trompetes e muito mais.

É importante salientar que a Teen Vogue tem um papel relevante na difusão de temas relacionados à moda para o público infanto-juvenil. Ela foi criada com o objetivo de ser uma versão mais jovial da Vogue e incentivar os leitores a acompanharem a Vogue futuramente, trazendo discussões sobre moda e beleza relevantes para essa faixa etária. A principal diferenciação entre a Teen Vogue e as demais revistas dedicadas ao mesmo segmento, foi a criação de ensaios fotográficos com mais de uma celebridade, inclusive em suas capas, além de ser

²² Disponível em: <https://www.teenvogue.com/gallery/teen-vogue-young-hollywood-party>. Acesso em: 11 de out. 2023.

²³ Disponível em: <https://www.teenvogue.com/gallery/young-hollywood>. Acesso em: 9 de out. 2023.

pioneira em convidar celebridades negras em ascensão para fazer parte de tais ensaios, como Zendaya, algo ainda inimaginável para revistas como a CoverGirl e Elle Girl no período.

Figura 6 - Ensaio Cirque du Chique - Teen Vogue



Fonte: Teen Vogue, 2012

Nas fotos, é possível perceber como o figurino de cada uma das celebridades presentes no ensaio foi inspirado pelos grandes circos itinerantes do século XIX. No caso de Zendaya, nota-se a mistura de estampas e cores vibrantes na primeira foto, com a prevalência de tons de rosa e vermelho. Já na segunda foto, com o uso de rendas e babados nas cores brancas, o vermelho ganha destaque no cenário e na maquiagem da atriz, que está com as bochechas bem marcadas pelo blush, ela também utiliza sapatos de bicos retangulares com fivelas chamativas em ambas as fotos.

Como Shake It Up atraiu os olhares do público acerca de suas habilidades de dança, em março de 2013, Zendaya foi chamada para participar da 16ª edição de Dancing with The Stars, da ABC. Os participantes são celebridades dos mais diferentes segmentos, eles formam dupla com um coreógrafo/ dançarino experiente e fazem apresentações semanais de diferentes estilos musicais. Aos 16 anos, Zendaya se tornou a participante mais jovem em toda a história da competição

Seu parceiro foi Val Chmerkovskiy, dançarino profissional ucraniano-americano, juntos mostraram dominarem estilos musicais como tango, hip-hop e samba. Porém, ainda que arrancassem muitos elogios do júri e algumas

das maiores notas do programa, ela acabou ficando em segunda lugar no programa, perdendo para Kellie Pickler e seu parceiro²⁴. Sua performance mais popular soma mais de 24 milhões de visualizações no Youtube²⁵.

Ainda em 2013, com o sucesso da temporada final de *Shake it Up*, Zendaya lançou seu álbum homônimo de estreia com a gravadora Hollywood Records. A artista participou de boa parte das composições e lançou dois singles: *Replay* e *My Baby*. O álbum estreou na EUA Billboard 200 em 51º, com 7.458 cópias vendidas na primeira semana.

"Replay" foi seu maior sucesso e teve um bom desempenho nos *charts*, considerando ser de um álbum de estreia. Na Billboard Hot 100, iniciou no número setenta e sete e chegou a quarenta em seu pico, seu primeiro single a entrar no top 40. Atualmente, o clipe conta com mais de 200 milhões de visualizações no YouTube²⁶.

b. 2015 à 2018

Em 2014 Zendaya já aparecia em premiações mais conceituadas no ramo artístico, não voltadas ao público infantil, como o BET Awards e o American Music Awards. Mas é em 2015 que sua presença em tais eventos começa a chamar mais a atenção, afinal, a lista de convites da estrela para eventos e revistas importantes aumentou significativamente.

Em janeiro de 2015, Zendaya protagonizou seu primeiro ensaio solo com a Teen Vogue²⁷. Lauren Waterman, jornalista que entrevistou Zendaya para a edição, fez uma descrição bem interessante sobre o estilo e a carreira da atriz

Mesmo que você não tenha ideia de quem é Zendaya Coleman - e parece uma aposta bastante segura que a maior parte da multidão de turistas adultos no Sarabeth's (o movimentado restaurante Central Park South que serve de cenário para a entrevista Teen Vogue da estrela da Disney de 18

²⁴ Disponível em: <https://people.com/tv/celebrities-whose-careers-blew-up-after-dancing-with-the-stars/>. Acesso em: 15 de out. 2023.

²⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=2lw951fviP4&pp=ygUyWmVuZGF5YSBhbhQgVmFsJ3MgQ2hhIENoYSAtlERhbhNpbmcgd20aCB0aGUgU3RhcnM%3D>. Acesso em: 12 de out. 2023.

²⁶ Disponível em: <https://youtu.be/cyLE48i4XY0?si=cewvi8ptptS-GQvH>. Acesso em: 15 de out. 2023.

²⁷ Disponível em: <https://www.teenvogue.com/gallery/zendaya-coleman-interview-february-2015>. Acesso em: 12 de out. 2023.

anos) não – você provavelmente suspeitaria, só de olhar para ela, que ela é alguém. De tênis, ela mede um imponente metro e setenta e cinco, e na hora do almoço seu rosto está habilmente maquiado; tanto as unhas pintadas de rosa quanto os cílios pretos são incrivelmente longos. E se seu traje - que inclui uma calça de moletom cinza justa, um moletom preto com capuz com uma foto do rapper Tupac Shakur e Nikes laranja, que ela tira quase assim que se senta - envia uma mensagem um pouco diferente, é uma que serve apenas para enfatizar a implicação mais ampla: esta é uma garota que não precisa se preocupar em se encaixar. (O gigantesco guarda-costas que esperou com ela na estação anfitriã é uma dica um pouco mais óvia.) (WATERMAN, 2015, tradução nossa)²⁸

Assim, conforme a jornalista, naquela época Zendaya não era amplamente reconhecida pelas pessoas que passavam à sua volta, pois sua fama não era tão grande. No entanto, Waterman destaca que isso não quer dizer que a estrela passasse despercebida, as pessoas poderiam não saber quem ela era, mas sabiam que ela era uma figura importante pelo seu estilo acabar sendo muito diferente dos das pessoas ao seu redor, mostrando que ela não se preocupava em se encaixar nas percepções que outras pessoas têm sobre moda.

A Teen Vogue estava passando por uma reestruturação em 2015, porque foi quando Kate Lesniak assumiu o cargo de editora-chefe da revista, trazendo um tom mais social e amplificando as vozes de comunidades de pessoas não brancas e queers. Então, não só seus artigos, como seus ensaios fotográficos também tinham o objetivo de criticar a insensibilidade da sociedade perante pautas raciais, de gênero e sexualidade. Como resultado, atrizes-ativistas como Hari Nef e Yara Shahidi também protagonizaram algumas de suas edições e falaram sobre suas vivências e lutas pelos direitos de pessoas trans e negras, respectivamente (WERTHEIM, 2023).

Dessa forma, a edição protagonizada por Zendaya pode ser considerada parte integrante da nova perspectiva da revista, não somente pelo seu discurso

²⁸ “Even if you have no idea who Zendaya Coleman is—and it seems a pretty safe bet that most of the adult tourist crowd at Sarabeth’s (the bustling Central Park South restaurant that serves as the setting for the 18-year-old Disney star’s Teen Vogue interview) do not—you’d probably suspect, just by looking at her, that she’s someone. In sneakers she stands an imposing five feet ten, and at lunchtime her face is expertly made up; both her pink-painted nails and her jet-black lashes are improbably long. And if her attire—which includes a pair of slim-fitting gray sweatpants, a black hooded sweatshirt bearing a picture of rapper Tupac Shakur, and orange Nikes, which she kicks off almost as soon as she’s seated—sends a slightly different message, it’s one that serves only to underscore the larger implication: This is a girl who doesn’t need to worry about fitting in. (The gigantic bodyguard who’d waited with her by the host station is a somewhat more obvious tip-off.)”

sobre feminismo negro em sua entrevista, mas também pelo conceito de seu ensaio transmitir a sensação de coragem e força associadas à atriz, o que a distancia de um ensaio elegante como as outras edições da revista.

O ensaio trazia Zendaya em um cenário de guerra, com roupas de sargento do exército. Para dramatizar o ensaio, o cabelo da atriz estava preso em todas as fotos e sua maquiagem era leve, muitas vezes aparecendo com o rosto "sujo" para simular que havia estado de fato em um conflito. O ensaio foi uma forma interessante de mostrar como a atriz não precisava usar roupas luxuosas e delicadas para ter sua beleza valorizada, afinal, como a própria jornalista disse, Zendaya não parecia se importar em seguir um padrão de beleza e estilo, ela tinha seu próprio jeito de se destacar com sua confiança.

Figura 7 - Ensaio Teen Vogue 2015



Fonte: Teen Vogue, 2015

Assim como Waterman descreveu que ocorreu no dia da entrevista para a Teen Vogue, Zendaya também não passou despercebida em um dos maiores eventos daquele ano. A estrela teve uma marcante primeira aparição no tapete vermelho do Oscar e impressionou a todos com um vestido de noiva marfim Vivienne Westwood e com longos dreadlocks.

Figura 8 - Oscars 2015



Fonte: W Magazine, 2015²⁹

O visual da atriz causou tanto impacto que, no dia seguinte a premiação, a Vogue fez uma matéria em seu site para falar sobre o look da atriz, intitulado como "Zendaya Is This Academy Awards' Breakout Style Star" (em tradução livre, "Zendaya é a estrela inovadora de estilo no Oscar"), que ainda cita a semelhança da estrela com a atriz Lisa Bonet e a estátua Vênus de Milo, afirmado que isso faz com que ela não se parecesse em nada com uma atriz da Disney³⁰. Ou seja, a desvinculação de sua carreira na Disney, ao menos na moda, estava dando seus primeiros passos.

Contudo, apesar do sucesso da atriz no evento, uma fala preconceituosa da comentarista Giuliana Rancic, do programa *Fashion Police*, acabou causando grande indignação pública. A comentarista fez uma cobertura opinando sobre os *looks* do Oscar que haviam sido usados na noite anterior e, ao comentar sobre Zendaya, disse que foi uma boa escolha de vestido, mas disse que "[...] esse cabelo a domina. Sinto que ela cheira a óleo de patchouli ou maconha"³¹.

²⁹ Disponível em: <https://www.wmagazine.com/story/zendaya-oscars-dress>. Acesso em: 15 de out. 2023.

³⁰ Disponível em: <https://www.vogue.com/article/zendaya-oscars-2015-dress-vivienne-westwood>. Acesso em: 15 de out. 2023.

³¹ Disponível em: <https://variety.com/2015/tv/news/zendaya-gains-support-following-giuliana-rancics-racial-slur-on-fashion-police-1201440686/amp/>. Acesso em: 15 de out. 2023.

A atriz não se calou e fez uma publicação em seu Instagram para reforçar o quanto indignada estava com a situação e destacou o racismo presente nas falas da comentarista, em um dos trechos ela diz o seguinte

Alguém disse algo sobre meu cabelo no Oscar que me deixou pasma. Não porque eu estivesse gostando de ótimas críticas sobre roupas, mas porque fui atingida por calúnias ignorantes e puro desrespeito. [...] Já existem duras críticas aos cabelos afro-americanos na sociedade, sem a ajuda de pessoas ignorantes que optam por julgar os outros com base nos cachos de seus cabelos (TERRA, 2021).

O fato da atriz optar por se pronunciar sobre o tema demonstra como as celebridades ocupam um lugar social e político na sociedade contemporânea e têm "[...]" capacidade de fomentar discussões acerca de diferentes temáticas na sociedade, em um movimento que participa de lutas por reconhecimento e, de forma mais ampla, de lutas por justiça na sociedade contemporânea" (SIMÕES, p. 3, 2019). O pronunciamento da atriz estimulou ainda mais a discussão sobre o tema e levou, inclusive, a uma retratação pública por parte da comentarista, que se desculpou pelo ocorrido.

Apesar dos percalços, em abril do mesmo ano, Zendaya mostrou estar sendo cada vez mais reconhecida por grandes figuras da indústria artística ao ser convidada para participar do videoclipe Bad Blood, quarto single do álbum "1989", da cantora Taylor Swift em parceria com Kendrick Lamar. Dirigido por Joseph Kahn, o clipe é repleto de cenas de ação e lutas e foi exibido pela primeira vez durante o Billboard Music Awards 2015. No vídeo, Zendaya interpreta Cut-Throat, uma das assassinas amiga de Swift na história, na obra também participam Ellie Goulding, Cara Delevingne, Selena Gomez, entre outras. Diferentemente do que os fãs estão acostumados, nos seus poucos segundos de aparição, Zendaya aparece com roupas pretas e uma maquiagem extremamente marcada na cor preta, incluindo seu batom.

Atualmente, o clipe conta com mais de 1,5 bilhão de visualizações no Youtube³². O videoclipe rendeu um Grammy Awards de "melhor videoclipe"³³ e dois MTV Video Music Awards, o de "videoclipe do ano" e "melhor colaboração"³⁴.

A visibilidade que a atriz estava ganhando nestes grandes eventos da indústria cinematográfica e musical lhe rendeu um convite para um dos eventos mais importantes do mundo da moda: o Met Gala.

Conhecido pelas escadarias repletas de celebridades com roupas caras, extravagantes, muitas vezes bizarras e até mesmo políticas, o Met é um evento filantrópico anual que ocorre no Metropolitan Museum of ART (Costume Institute Gala), em Nova York. Criado em 1948, o evento é comandado desde 1995 por Anna Wintour, atual editora-chefe da edição norte-americana da revista Vogue. O Met é destinado a arrecadar fundos para o departamento de moda do museu e tem uma lista de convidados super restrita, somente os convidados aprovados por Wintour podem entrar e ainda devem pagar ingressos que podem custar até cerca de 300 mil dólares³⁵.

Entre os convidados mais ilustres, pode-se citar alguns nomes bem populares como Lady Gaga, Beyoncé e Rihanna. Ou seja, ser convidada para participar de um evento desse porte indica que sua popularidade e impacto em determinado segmento são reconhecidos pela alta sociedade de Nova York e que, ainda por cima, a editora de moda mais famosa do mundo acredita que sua presença é relevante. Foi exatamente o que aconteceu com Zendaya em 2015, com o tema anual sendo "China Através do Espelho", Zendaya apareceu deslumbrante em um vestido curto vermelho e preto, com cauda longa, de Fausto Puglisi, que tinha vários sóis ilustrados na parte inferior, além de estar usando acessórios e uma tiara dourada com adornos de sóis.³⁶

³² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Qcly9NiNbmo>. Acesso em: 14 de out. 2023.

³³ Disponível em:

<https://musica.uol.com.br/noticias/redacao/2016/02/15/bad-blood-de-taylor-swift-ganha-grammy-de-melhor-clipe.htm>. Acesso em: 15 de out. 2023.

³⁴ Disponível em:

<https://portalpopline.com.br/todas-as-participantes-do-clipe-de-bad-blood-receberao-trofeus-do-vma/>. Acesso em: 13 de out. 2023.

³⁵ Disponível em:

<https://g1.globo.com/pop-arte/moda-e-beleza/noticia/2022/05/02/o-que-e-o-met-gala-entenda-como-funciona-um-dos-eventos-mais-badalados-do-planeta.ghtml>; Acesso em: 16 de out. 2023.

³⁶ Disponível em: <https://www.teenvogue.com/gallery/zendaya-met-gala-looks>. Acesso em: 16 de out. 2023.

Figura 9 - Met 2015



Fonte: NYTimes, 2015³⁷

Porém, o ano de 2015 continuou sendo turbulento para a carreira de Zendaya, já que, ao mesmo tempo em que sua fama dava sinais de estar aumentando, as situações em que ela era envolvida também faziam com que ela tivesse que se expor e criticar as pessoas e empresas que iam contra os seus princípios morais e sociais. Em vista disso, a atriz mostrou ao público sua total inconformidade com o resultado do ensaio feito com a famosa revista Modelist.

Junto a uma imagem com o antes e depois de uma das fotos editadas pela revista, com o forte uso do Photoshop para reduzir sua silhueta, a atriz escreveu em suas redes

Um novo ensaio saiu hoje e eu fiquei chocada quando descobri que meus quadris e tronco de 19 anos foram modificados. Há coisas que deixam as mulheres autoconscientes, que criam ideias irrealistas da beleza que temos. Qualquer um que me conhece sabe que eu defendo o amor honesto e puro. Então, me dispus a divulgar a imagem real (à direita), que eu amei. Obrigada à @modelistemagazine por reduzir as imagens e me alterar nesta edição de retoques (REVISTA QUEM, 2022)

³⁷ Disponível em:

<https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.nytimes.com%2Finteractive%2Fprojects%2Fcp%2Fred-carpet-watch%2Fmet-gala-2015%2Fzendaya&psig=AOvVaw0n4UQHmIhgZqpN5UGCQEk5&ust=1699314733144000&source=images&cd=vfe&opi=89978449&ved=0CBEQjRxqFwOTCMjBh-qGroIDFQAAAAAdAAAAABAE>. Acesso em: 16 de out. 2023.

Figura 10 - Photoshop na Modeliste Magazine



Fonte: Revista Quem, 2015³⁸

A editora-chefe da revista respondeu dizendo que edição seria toda reimpressa com a foto original e que disponibilizaria todas as fotos sem retoques³⁹. Porém, quando as fotos finalmente chegaram ao público, foi descoberto que as edições haviam ido ainda mais longe, alterando o design de acessórios que a atriz estava utilizando e apagando seus dedos em algumas imagens.

Desse modo, é perceptível como Zendaya é integrante de várias lutas sociais contemporâneas, com plena ciência de seu papel nas causas que defende, visto que celebridades não só conseguem manifestar suas próprias indignações em relação a estes temas, como também podem convidar e incentivar o seu público a aderirem às lutas (SIMÕES, 2019).

Ademais, apesar da carreira musical promissora, foi em atuação que a artista decidiu focar. Zendaya voltou à TV para protagonizar um filme e uma série do Disney Channel, em 2014 e 2015, respectivamente. No filme “Zapped”, a estrela continuava interpretando uma adolescente dançarina, com estilo muito semelhante a sua personagem em Shake It Up, que descobre que os garotos de sua nova escola podem ser controlados por um aplicativo de celular⁴⁰. Todavia, ainda que o longa não mostrasse diferenças muito grandes se comparados a outros papéis da

³⁸ Disponível em:

<https://revistaquem.globo.com/Popquem/noticia/2015/10/cantora-e-atriz-emagrece-por-uso-de-photoshop-e-reclama-na-web-compare.html>. Acesso em: 16 de out. 2023.

³⁹ Disponível em:

<https://revistaquem.globo.com/Popquem/noticia/2015/10/cantora-e-atriz-emagrece-por-uso-de-photoshop-e-reclama-na-web-compare.html>. Acesso em: 16 de out. 2023.

⁴⁰ Disponível em: <https://www.adorocinema.com/filmes/filme-230037/>. Acesso em: 15 de out. 2023.

artista, a estreia da série K.C. Undercover ("Agente K.C.") mostrou ao público que ela também conseguia fazer papéis que não envolviam dançar ou cantar.

Na série, em que também participou como uma das produtoras-executivas, ela interpreta a adolescente K.C Cooper, que está treinando para se tornar uma espiã. A atriz não só influenciou na escolha dos familiares da personagem ao exigir que fossem uma família negra, como também colaborou na escolha do estilo de K.C⁴¹. Diferentemente de suas antigas personagens de looks coloridos, K.C utiliza roupas majoritariamente pretas e brancas, às vezes com alguns toques de vermelho e azul, com um estilo mais voltado ao *street wear*, a jovem usava muitos coletes e jaquetas.

Figura 11 - Agente K.C.



Fonte: Getty Images, 2015⁴²

A obra trouxe ainda mais visibilidade para Zendaya, que começou a ganhar seus primeiros prêmios por sua atuação. Ela foi vencedora no Kids' Choice Awards, da Nickelodeon, em 2016, 2017 e 2019, na categoria Atriz de TV Favorita⁴³. A premiação é baseada 100% no voto do público e é considerada a maior premiação infantil do mundo, o que indica que a base de fãs de Zendaya estava ficando cada

⁴¹ Disponível em: <https://www.teenvogue.com/story/zendaya-fought-for-black-family-disney-channel>. Acesso em: 16 de out. 2023.

⁴² Disponível em:
<https://www.gettyimages.com.br/fotos/kc-undercover?assettype=image&family=editorial&page=3&phrase=kc%20undercover&sort=mostpopular>

⁴³ Disponível em:
<https://kca.mundonick.com.br/video-clips/x27nuw/kids-choice-awards-2019-zendaya-ganha-or-kca>

vez mais sólida, ao menos entre seu público mais jovem, que a conhecia majoritariamente pelas produções do Disney Channel.

No entanto, sua saída da Disney foi feita gradualmente e menos "abrupta" do que outras celebridades criadas pelo canal. Já que, apesar de boa parte das estrelas *teens* que a Disney Channel deu visibilidade serem conhecidas por se envolverem em grandes polêmicas após o fim do contrato com a emissora, Zendaya é uma das poucas que não teve que lidar com escândalos na carreira.

Devido ao intenso controle sobre suas vidas pessoais e profissionais, ao fim de seus contratos as celebridades *teens* da Disney, muitas vezes já adultas, tendem a mostrar ao público uma personalidade completamente diferente daquela moldada pelo canal, surpreendendo os fãs que acreditavam conhecê-los bem. Afinal, essas celebridades não representam mais o canal e, como já não são mais crianças, querem construir sua própria imagem, tentando criar algo único e atingir outro público além do infantil e infantojuvenil (SOUZA et al., 2016).

Assim, no processo de desconstrução da imagem criada pela Disney e criação de uma nova identidade, é comum que muitas das estrelas *teens* acabem se envolvendo em polêmicas. Suas ações controversas até poderiam passar despercebidas se acontecessem com outra celebridade qualquer, mas como o público acompanhou o crescimento dessas estrelas, criando afeição pelas crianças que assistiam e as considerando como modelos a serem seguidos, a resistência a um comportamento divergente ao que viam na Disney é mais expressiva.

Como exemplo mais marcante, tem-se o caso de Lindsay Lohan, que já foi considerada a "queridinha da América" nos anos 2000 e conhecida por filmes clássicos da Disney como Operação Cupido (1998) e Uma Sexta-feira Muito Louca (2003). A carreira da atriz estava no auge e com sua saída da Disney continuou a protagonizar filmes extremamente bem sucedidos, como Meninas Malvadas (2006). Contudo, foi no mesmo ano desse lançamento que começaram a surgir as primeiras polêmicas da estrela, envolvendo vícios em drogas e álcool, brigas com outras celebridades, agressões e até mesmo prisão⁴⁴. A atriz foi perdendo espaço no

⁴⁴ Disponível em:
<https://caras.uol.com.br/cinema/lindsay-lohan-viveu-carreira-conturbada-entre-filmes-da-disney-e-escandalos-na-midia.phtml>. Acesso em: 17 de out. 2023.

cenário cinematográfico, aparecendo na mídia apenas com suas controvérsias e só conseguiu voltar à ativa no ramo da atuação recentemente.

Contudo, apesar de não ter se envolvido em grandes polêmicas, Zendaya também tentou mudar sua imagem como atriz, se distanciando da imagem infantil que suas personagens na Disney tinham. Os maiores exemplos disso são as produções em que participou nos anos finais de seu contrato com a Disney. Desse modo, 2017 se tornou em um dos períodos mais decisivos de sua carreira, pois foi quando ela teve seus primeiros papéis em Hollywood, Homem Aranha: De Volta ao Lar e O Rei do Show, respectivamente.

Zendaya foi anunciada como parte do elenco de Homem-Aranha ainda no início de 2016, mas não havia muitas informações oficiais sobre seu papel na trama, apenas boatos espalhados por sites de fofoca e especulações de fãs.

Em meio a curiosidade em torno de seu novo papel, Zendaya aproveitou o ano para ampliar sua presença em meio a grandes marcas e eventos de moda. Ela foi revelada como nova embaixadora da linha de maquiagens da CoverGirl, em um intervalo transmitido durante o Grammy Awards. No vídeo ela mostrava os diferentes estilos que a CoverGirl proporciona, indo desde maquiagens inspiradas nos anos 60, quanto composições para festas. Segundo a marca, a escolha da artista se deve ao fato dela conseguir expressar confiança e ousadia através da maquiagem, justamente a sensação que a marca visa passar⁴⁵. A escolha minuciosa se deve ao fato das utilizarem os embaixadores para representarem seus produtos, de modo a influenciar o consumidor no processo de decisão de compra. O que pode ser muito eficaz no aumento das vendas, caso o embaixador seja bem visto pelos consumidores e esteja relacionado ao público-alvo e segmento do produto (SULEMAN et al., 2022).

Outro acontecimento importante naquele ano, foi sua aclamada aparição no tapete vermelho do MET, sob o tema “Manus x Machina: Fashion in an Age of Technology”. Inspirada pelo Studio 54, famosa discoteca que ficava localizada em Manhattan, Zendaya usava um vestido dourado e um Bob preto estilo Minnelli.

⁴⁵ Disponível em:
<https://glamour.globo.com/beleza/noticia/2016/01/zendaya-e-anunciada-como-nova-garota-propaganda-da-covergirl.ghtml>. Acesso em: 5 de out. 2023.

Figura 12 - Met 2016



Fonte: Getty Images, 2016⁴⁶

Todavia, foi em novembro de 2016 que a divulgação do filme do Homem-Aranha se intensificou, de modo que a atriz fosse requisitada para divulgar o filme também em revistas. Afinal, o que motiva o público a assistir a um filme no cinema não depende apenas de roteiro e ficha técnica, é necessário encontrar o público, atraí-lo e convencê-lo de que a experiência realmente vale a pena, é o que torna a campanha de divulgação tão importante.

Em suma, o marketing reconhece que o filme agora faz parte de um complexo multimídia. Tem-se uma expansão para outros produtos associados e as vendas de ambos – filme e produtos “agregados” – somam-se num efeito sinérgico, que, em princípio, deve reverter em maiores benefícios para todas as indústrias envolvidas (ARAÚJO et al, p. 26, 2015)

Sendo assim, os ensaios em que Zendaya participa, publicados próximo às datas de lançamentos de filmes em que faz parte do elenco, fazem parte de uma grande estratégia para a divulgação do filme, além de também, é claro, trazerem mais visibilidade para sua própria carreira ao associá-la a grandes produções hollywoodianas.

⁴⁶ Disponível em:
<https://www.gettyimages.com.br/detail/foto-jornalística/zendaya-arrives-for-the-manus-x-machina-fashion-in-foto-jornalística/527654556?adppopup=true>. Acesso em: 6 de out. 2023.

Dessa maneira, Zendaya e Tom Holland, protagonistas do filme, participaram da última capa do ano da revista The Hollywood Reporter. Em um ensaio fotografado por David Needleman, os atores mostraram um pouco da sua experiência em dança junto ao conceito da antiga Hollywood e da Broadway. O cenário escolhido foi o Diamond Horseshoe, luxuoso teatro e restaurante, que foi local de grandiosas festas durante os anos 40 e 50. Para combinar com o palco e o cenário requintado, Zendaya utilizava vestidos com mangas bufantes e de cores claras em algumas fotos, enquanto usava muito glitter e lantejoulas nas demais.

Figura 13 - The Hollywood Reporter Magazine



Fonte: The Hollywood Reporter, 2016⁴⁷

A aparição de Zendaya em revistas de moda antes da estreia do filme não parou por aí, já que em 2017 ela protagonizou um ensaio para a revista Vogue, dessa vez sozinha. Fotografada pelo peruano Mario Testino, todos os looks da atriz eram compostos por plumas, sejam em vestidos, adornos na cabeça ou jaquetas. Zendaya também mostrava a versatilidade das plumas, com looks que poderiam parecer mais alegres e cheios de cores, enquanto outros pareciam mais sérios e elegantes com as plumas posicionadas de maneira mais discreta.

⁴⁷ Disponível em:

<https://www.hollywoodreporter.com/gallery/next-gen-2016-portraits-spider-man-homecoming-stars-ze ndaya-tom-holland-945130/6-tom-holland/>. Acesso em: 8 de out. 2023.

Figura 14 - Vogue Magazine 2016



Fonte: Vogue, 2016⁴⁸

Na época de seu lançamento, Homem-Aranha estava em grande evidência, pois por mais que o personagem já tivesse sido adaptado para os cinemas outras duas vezes (trilogia “Homem-Aranha”, de 2002 a 2007, estrelada por Tobey Maguire e os filmes “O Espetacular Homem-Aranha”, de 2012 a 2014, protagonizado por Andrew Garfield), seria a primeira vez que o herói mais famoso do mundo seria inserido no bilionário Universo Cinematográfico da Marvel, iniciado em 2011 com o lançamento do sucesso “Os Vingadores”. Dessa vez estrelado pelo jovem Tom Holland, o personagem já havia aparecido em um outro famoso filme do estúdio chamado “Capitão América-Guerra Civil”, que faturou mais de 1 bilhão de dólares em bilheteria ao redor do globo⁴⁹, deixando os fãs ansiosos pelo novo filme do personagem.

O primeiro filme do novo Homem Aranha se tornou uma febre mundial, arrecadando mais de USD 800 milhões de dólares em bilheteria mundialmente⁵⁰, se tornando o 5º filme com maior bilheteria do ano de 2017⁵¹.

A princípio, pouco se sabia sobre a personagem de Zendaya na produção, o que havia sido informado ao público era simplesmente que sua personagem era uma aluna dedicada, debochada e sarcástica com o nome de Michelle. No longa, Zendaya não tem tanto tempo de tela e passa despercebida nos grandes

⁴⁸ Disponível em:

<https://www.google.com/amp/s/vogue.globo.com/amp/moda/gente/noticia/2017/06/zendaya-estrela-capa-e-recheio-da-vogue-america-de-julho.html>. Acesso em: 11 de out. 2023.

⁴⁹ Disponível em: <https://www.boxofficemojo.com/release/r13210970625/>. Acesso em: 16 de out. 2023.

⁵⁰ Disponível em: <https://www.boxofficemojo.com/title/tt2250912/credits/>. Acesso em: 12 de out. 2023.

⁵¹ Disponível em:

<https://www.google.com/amp/s/www.omelete.com.br/amp/velozes-e-furiosos-8/as-10-maiores-bilheterias-de-2017>. Acesso em: 18 de out. 2023.

acontecimentos da história, mas é no final do filme que uma revelação sobre sua personagem muda toda a concepção de sua personagem. Michelle revela que seu apelido é “MJ”, o que diz muito para os fãs de quadrinhos e filmes do aranha, afinal, são as iniciais de uma personagem bem conhecida pelo público: Mary Jane, o maior interesse amoroso de Peter Parker, o que indicava que a personagem de Zendaya teria um papel ainda mais importante nos próximos filmes da franquia.

Importante destacar que parte dos direitos sobre o filme também eram da Disney, pois ela adquiriu a Marvel em 2010, porém a maior parte do lucro e direitos sobre o filme são da Sony Studios, que detém os direitos sobre todos os personagens relacionados ao universo do Homem-Aranha. Ou seja, ainda que ela estivesse se desvinculando das produções televisivas do Disney Channel, Zendaya não estava realizando produções fora do “guarda-chuva” da Disney. Visto que, O Rei do Show também é de uma das subsidiárias da Disney, a 20th Century Studios.

O Rei do Show foi indicado a três Globos de Ouro e é baseado em fatos reais, com uma versão extremamente romantizada da história de P.T. Barnum, figura controversa na indústria do entretenimento, interpretado por Hugh Jackman, o homem que praticamente criou o conceito de *showbiz*, ao fundar o Barnum & Bailey Circus⁵².

O longa também foi indicado ao Oscar na categoria de melhor canção por This Is Me, porém não levou o prêmio. Mas o filme ganhou o Top Soundtrack na Billboard Music Awards, além do Globo de Ouro de melhor canção e o Grammy Awards de melhor trilha sonora para mídia visual, em que Zendaya participou da interpretação de três músicas⁵³.

Na obra, Zendaya interpreta a trapezista Anne Wheele. A personagem forma um par romântico com outra grande estrela originada nas produções da Disney, Zac Efron, protagonista da saga High School Musical. Zendaya explicou a InStyle que parte da razão pela qual topou fazer a personagem é porque a história aborda questões raciais, dizendo que

⁵² Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/e-tudo-historia/mulher-barbada-anao-e-soprano-o-que-e-real-em-o-rei-do-show/>. Acesso em: 19 de out. 2023.

⁵³ Disponível em: <https://www.adorocinema.com/noticias/filmes/noticia-165728/>. Acesso em: 18 de out. 2023.

"Uma grande parte da história da minha personagem, a razão por ela ser considerada estranha, é que ela e seu irmão são negros. Isso é o que os torna diferentes. É por isso que eles encontram conforto em estar no circo. Mas Anne encontra liberdade e o poder de ser uma trapezista – ela fica acima de todos"⁵⁴.

Esse lado ativista da atriz fez com que ela fosse chamada para participar de mais ensaios fotográficos, não só por seu lado fashionista, mas pelo empoderamento que representava. Nesse sentido, ela foi escolhida pela Revista Glamour como parte da série ensaios "powered by women" ("emponderada por mulheres", em tradução livre) que fizeram para homenagear mulheres inspiradoras. O conceito das fotos do ensaio da atriz foi inspirado por Cleópatra, então Zendaya utilizava maquiagem semelhante ao dos antigos egípcios e muitos acessórios de ouro, como braceletes, colares e tiaras.⁵⁵

Figura 15 - Ensaio Glamour Magazine 2017



Fonte: Glamour, 2017

O tema do ensaio pode ser visto como parte de uma tendência no conteúdo das revistas de moda do período. Visto que, as editoras já notaram há muito tempo o modo como as revistas femininas têm um papel chave na reprodução de

⁵⁴ Disponível em: <https://www.papelpop.com/2017/12/zendaya-faz-uma-trapezista-no-segundo-papel-de-sua-carreira-e-m-hollywood/>. Acesso em: 19 de out. 2023.

⁵⁵ Disponível em: <https://www.glamour.com/story/zendaya-november-2017-cover-interview>. Acesso em: 18 de out. 2023.

identidades e relações de gênero. Por isso, em meio a chuva de críticas que estavam recebendo por promoverem apenas mulheres brancas e magras em suas edições e incentivarem errôneas concepções de que existe uma única maneira de uma mulher expor sua "feminilidade", as revistas passaram a investir em edições que homenageassem as trajetórias de mulheres famosas e exaltassem a diversidade (FAVARO e GILL, 2018).

Apesar de, em muitos casos, essas revistas promoverem um ideal feminista completamente contraditório, uma vez que é possível notar a diferença entre essas celebridades à primeira vista, sobretudo em termos de etnia, a maioria das celebridades escolhidas ainda é extremamente magra (FAVARO e GILL, 2018), como a própria Zendaya, o que corrobora negativamente com o reforço de esteriótipos de que uma mulher deve sempre ser magra para “ser bonita”.

No mesmo ano, Zendaya estrelou a campanha de Primavera/Verão da Dolce & Gabbana⁵⁶ e sua proximidade com a Maison se refletiu no Met Gala de 2017, que tinha o objetivo de homenagear os trabalhos do estilista japonês Rei Kawakubo. No evento, Zendaya utilizava um vestido amarelo e vermelho com papagaios e flores estampados da Dolce & Gabbana⁵⁷.

Figura 16 - Met 2017



Fonte: Getty Images, 2017⁵⁸

⁵⁶ Disponível em: <https://luxexpose.com/dolce-gabbana-spring-summer-2017-campaign-featuring-zendaya/>. Acesso em: 18 de out. 2023.

⁵⁷ Disponível em: <https://www.insider.com/ranking-of-zendayas-met-gala-outfits-over-the-years-2023-4?amp>. Acesso em: 18 de out. 2023.

⁵⁸ Disponível em: <https://www.gettyimages.com.br/detail/foto-jornalística/zendaya-attends-the-rei-kawakubo-comme-des-garcons-foto-jornalística/675619218?adppopup=true>. Acesso em: 18 de out. 2023.

No entanto, em 2018, ano em que rompe totalmente com a Disney, a atriz mostrava um estilo completamente diferente nos ensaios fotográficos de revistas em que participava, se inspirando na moda de décadas passadas para criar o seu próprio estilo. Com um estilo vintage, Zendaya se inspirou em modelos da década de 60 para as fotos de seu ensaio com a Marie Claire, com direito a muitas roupas de gola alta e penteados com topete. Além de também se inspirar nas roupas dos anos 70 e 80 para seu ensaio com a revista InStyle, com calças boca de sino, grandes cachos e brincos de argola.

Figura 17 - Ensaio Marie Claire Magazine 2018



Fonte: Marie Claire, 2018⁵⁹

Figura 18 - Ensaio InStyle Magazine 2018



Fonte: Hello Beautiful, 2018⁶⁰

⁵⁹ Disponível em: <https://www.marieclaire.com/celebrity/a22618292/zendaya-september-2018-cover/>. Acesso em: 17 de out. 2023.

⁶⁰ Disponível em: <https://hellobeautiful.com/2969683/zendaya-in-style-january-2018/>. Acesso em: 18 de out. 2023.

Ao se inspirar em roupas vintage para compor o seu visual nesses ensaios, é perceptível como Zendaya está focada em se aproximar do público através da sensação de nostalgia ao incorporar peças familiares aos leitores em seus looks, uma tendência que atinge celebridades e marcas ao redor do mundo.

A nostalgia é muito utilizada quando se visa aprofundar o relacionamento com os consumidores, ou de fãs nesse caso, já que acaba despertando emoções e lembranças do público-alvo. A nostalgia estimula "efeitos positivos na abordagem emocional evocando respostas como cordialidade, alegria, gratidão, afeição e inocência" (MILETO et al, 2015, p. 3). Assim, Zendaya consegue despertar essa sensação em seu público ao reinventar *looks* com peças inspiradas nas décadas de 60 e 80.

Além disso, naquele mesmo ano, Zendaya também foi convidada para o Met Gala. Sob o tema "Corpos Sagrados: Moda e a Imaginação Católica", com muitas referências ao catolicismo, o look da atriz foi inspirado em Joana D'Arc, santa e heroína francesa por seus atos durante a Guerra de Cem Anos. Zendaya apareceu com um vestido que lembrava uma armadura da Versace e com cabelo ruivo curto, bastante comum nas retratações em pinturas de Joana⁶¹.

Portanto, até o final do ano de 2018, é perceptível como a carreira de Zendaya já havia sido centrada no público infantil e adolescente, mas que atriz já estava começando a se firmar perante um público mais abrangente conforme participava de produções hollywoodianas, como Homem-Aranha e O Rei do Show. Além disso, foi o mesmo ano em que ela terminou seu contrato com a Disney e passou a ter mais tempo para se dedicar a produções de outros estúdios.

Do mesmo modo que sua carreira artística avançava, seu impacto na moda também acompanhava o crescimento. Com isso, no decorrer dos anos, Zendaya passou a comparecer a eventos cada vez mais importantes, como premiações, Met Gala e desfiles. Além disso, passou a protagonizar ensaios de revistas cada vez mais importantes, como Teen Vogue, Marie Claire e Glamour, mostrando que estava

⁶¹ Disponível em:
<https://revistaquem.globo.com/QUEM-News/noticia/2018/05/met-gala-2018-zendaya-faz-homenagem-joana-darc.html>. Acesso em: 19 de out. 2023.

sendo reconhecida por grandes nomes da indústria têxtil e que sua popularidade crescia exponencialmente.

VII. A Consolidação de Zendaya no mundo da moda

Por mais que a carreira de Zendaya já estivesse indo muito bem em 2018, é em 2019 que ela literalmente decola, fazendo com a estrela se consolide no cenário da atuação e no mundo da moda.

Como já visto até aqui, os avanços na carreira cinematográfica de Zendaya impactam nos ensaios e no tamanho das revistas em que ela participa. Por isso, em 2019, duas produções extremamente populares e aclamadas pela crítica fazem com que a estrela fique ainda mais popular entre o público e tenha seu talento reconhecido pela indústria.

A primeira delas é a série "Euphoria", em que Zendaya também trabalha como uma das produtoras executivas da obra. A série acompanha a vida da adolescente Rue, interpretada por Zendaya, que se transforma em uma garota depressiva e viciada em substâncias químicas após perder seu pai para o câncer. A série é marcada por momentos dramáticos e profundos do início ao fim, e já começa a partir de uma overdose de Rue. A partir de então, Rue começa a repensar a sua vida e parte em uma complicada jornada em busca da sobriedade.

Euphoria, produzida e transmitida pela HBO, foi um sucesso, com aprovação de 80% da crítica e 85% do público no Rotten Tomatoes⁶². Se tornando a série mais popular da HBO após Game of Thrones, Euphoria teve 1 milhão de visualizações na primeira noite, contabilizando TV e streaming, e 2.3 milhões na segunda semana. A repercussão sobre a série prosseguiu ao longo do ano e se tornou uma das séries mais pesquisadas no Google em 2019 (CAMARGO, 2022).

A personagem não era muito vaidosa se comparada aos personagens coadjuvantes, ela estava sempre utilizando roupas velhas, sem uma preocupação acerca das combinações dos looks que vestia. No entanto, em cenas que os personagens estavam passando por emoções extremas, maquiagens coloridas e cheias de glitter eram utilizadas para refletir cada uma dessas emoções, visto que

⁶² Disponível em: <https://www.rottentomatoes.com/tv/euphoria/s01>. Acesso em: 19 de out. 2023.

[...] observamos como os arranjos estéticos da direção artística reflete com sincretismo o estado de alma das personagens. A plasticidade se dá com iluminação cromática em tons de azul e fúcsia, que banham as telas. Inspirada em adolescentes reais da Geração Z, a estética de Euphoria oferece uma interpretação exagerada das tendências de beleza e maquiagem do dia a dia, seu principal objetivo é dramatizar o estado emocional e o desenvolvimento da personalidade dos personagens ao longo da história (SILVA, 2022, p. 2).

O que, de acordo com Lidiane Silva (2022), inspirou os fãs a criarem diversos conteúdos em redes sociais replicando ou se inspirando nessas cenas para fazerem suas próprias maquiagens. Assim, Zendaya se transforma novamente em referência, desta vez em maquiagens.

Figura 19 - Zendaya em Euphoria



Fonte: Marie Claire, 2022⁶³

Como consequência, provando que sua popularidade crescente estava sendo reconhecida por gigantes da indústria de cosméticos, Zendaya foi escolhida como embaixadora global da marca Lancôme Paris. Na época, o presidente da empresa, Françoise Lehmann, disse: “Estamos ansiosos para um futuro feliz com Zendaya, cujo carisma, influência no cinema, música e moda é indiscutível. Zendaya traz uma

⁶³ Disponível em:
<https://revistamarieclaire.globo.com/Beleza/noticia/2022/01/euphoria-ja-estreia-trazendo-referencias-de-beleza.html>. Acesso em: 19 de out. 2023.

abordagem jovem e única à beleza que complementa perfeitamente a visão e a visão da Lancôme”⁶⁴.

Meses depois, a estrela reprisesou seu papel de MJ no segundo filme da nova trilogia do Homem-Aranha, “Homem-Aranha: De Volta ao Lar”. Dessa vez, situada em uma viagem escolar feita pela Europa e com um tempo de tela muito maior, a personagem tem seu romance com o herói desenvolvido de forma muito mais aprofundada e, após descobrir a verdadeira identidade do protagonista e ajudá-lo a resolver alguns problemas, ambos engatam em um relacionamento. Assim como o primeiro da franquia, o filme foi um sucesso em bilheteria e se tornou a terceira maior bilheteria do ano, com US\$ \$1,131 bilhão arrecadado mundialmente⁶⁵.

Em Homem-Aranha, sua personagem tinha um estilo mais casual, sem acessórios e com a predominância de cores neutras nas composições. Por outro lado, o que chamava a atenção do público eram os looks que Zendaya utilizava para promover o filme, principalmente o que usou na première. A atriz se inspirou no próprio uniforme do Homem-Aranha para escolher o seu vestido, que também era preto e vermelho.

Figura 20 - Zendaya na Premiere de Homem-Aranha: Longe de Casa



Fonte: Getty Images, 2019⁶⁶

⁶⁴ Disponível em:

<https://www.google.com/amp/s/harpersbazaar.uol.com.br/beleza/zendaya-e-a-nova-embaixadora-global-da-lancome/%3famp>. Acesso em: 19 de out. 2023.

⁶⁵ Disponível em:

https://www.omelete-com-br.cdn.ampproject.org/v/s/www.omelete.com.br/amp/bilheteria-usa/maiores-bilheterias-de-2019?amp_gsa=1&_js_v=a9&usqp=mq331AQIUAKwASCAAgnM%3D#amp_tf=De%20%251%24s&aoh=16994830974272&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&share=https%3A%2F%2Fwww.omelete.com.br%2Fbilheteria-usa%2Fmaiores-bilheterias-de-2019. Acesso em: 19 de out. 2023.

⁶⁶ Disponível em:

<https://www.gettyimages.com.br/detail/foto-jornalistica/zendaya-attends-the-premiere-of-sony-pictures-spider-foto-jornalistica/1158540433?adppopup=true>. Acesso em: 19 de out. 2023.

Com o sucesso estrondoso de Euphoria e do segundo filme do Homem-Aranha, Zendaya teve seu primeiro ensaio fotográfico na Revista Elle ao ser escolhida como uma das atrizes mais importantes e influentes do ano. Como forma de homenagear e celebrar o trabalho de mulheres na indústria cinematográfica, todo ano a Elle faz uma seleção de atrizes, diretoras, produtoras e roteiristas os quais os trabalhos tiveram mais impacto em Hollywood naquele ano. As mulheres selecionadas são homenageadas durante o evento "Women in Hollywood" ("Mulheres em Hollywood"), onde discutem sobre a indústria do cinema e contam mais sobre suas carreiras, além de também participarem de um ensaio fotográfico homônimo para a Elle.

Uma das principais razões para ensaios do tipo se tornarem frequentes foi a visibilidade que o movimento feminista estava recebendo após as denúncias de assédio expostas durante o movimento #metoo, em 2017⁶⁷. Desde então, as revistas passaram a fazer ensaios fotográficos recorrentes homenageando e celebrando a história de mulheres famosas na indústria cinematográfica.

Como as revistas de moda queriam aproveitar os holofotes do movimento para inserir discussões voltadas a moda, elas buscaram unir o feminismo com a feminilidade normativa para tornar o movimento palatável para os leitores e, ao mesmo tempo, atrativa para os anunciantes (FAVARO e GILL, 2018).

Em vista disso, não só no ensaio de Zendaya, mas como também nos das demais homenageadas, o cenário é totalmente branco, fazendo com o que o destaque das fotos seja somente a artista e as roupas que utiliza, sem cenários complexos. Em todas as suas fotos, Zendaya está usando uma maquiagem neutra e seu cabelo está solto. Em contrapartida, os vestidos e looks da atriz variam muito, indo desde um vestido rosa de plumas com um casaco drapeado, até mesmo a utilização de um vestido vermelho em tule.

⁶⁷ Disponível em: <https://www.uol/entretenimento/especiais/metoo-um-ano-depois.htm#a-origem>. Acesso em: 19 de out. 2023.

Figura 21 - Ensaio para a Elle Magazine 2019



Fonte: Elle, 2019⁶⁸

No verão do mesmo ano, Zendaya também fez um ensaio exclusivo para a Vogue. Entrando no conceito verão, a artista aparece sob a areia de uma praia ensolarada, com o cabelo aparentemente molhado e descalça, os vestidos que utiliza são esvoaçantes e variam entre o dourado, branco e tons de vermelho e rosa. Lembrando o sol, em algumas fotos o fundo é de papel metalizado dourado.

Figura 22 - Ensaio para a Vogue 2019



Fonte:Vogue, 2019⁶⁹

O conceito desse ensaio é completamente diferente do estilo monocromático que a atriz adota na edição da Paper Magazine daquele ano. Novamente inovando em seus ensaios, Zendaya aparece utilizando somente peças, acessórios, cabelo e cenário vermelhos. Ainda que as cores em todas as fotos sejam as mesmas, a variedade de cada uma das composições impressiona por conseguirem transmitir diferentes emoções. Em algumas fotos ela aparece séria, encarando as paredes

⁶⁸ Disponível em: <https://www.elle.com/culture/a29340395/zendaya-interview-2019/>. Acesso em: 19 de out. 2023.

⁶⁹ Disponível em: <https://www.vogue.com/article/zendaya-cover-interview-june-2019>. Acesso em: 19 de out. 2023.

que a cercam, em outras ela aparece lutando contra as paredes que parecem estar a cercando. O que também pode ser interpretado como uma forma de expressar a personalidade da atriz, que não deixa de se posicionar publicamente sobre as lutas que apoia, como contra o racismo e o machismo.

Figura 23 - Ensaio para a Paper Magazine



Fonte: Paper, 2019⁷⁰

Ademais, provando que não sabia apenas fazer boas composições com peças já lançadas e que também tinha um tremendo potencial criativo, Zendaya lançou sua própria coleção em parceria com a Tommy Hilfiger. As peças foram desenhadas pela atriz e o próprio Tommy, com inspiração nas grandes divas dos anos 70, como Farrah Fawcett, Bianca Jagger e Diana Ross, que relembram o conceito de seu ensaio feito com InStyle em 2018 citado anteriormente⁷¹.

Assim, a nostalgia é novamente a peça central na coleção cocriada por Zendaya. Já que

A inatingibilidade do passado associada à nostalgia, aponta para uma experiência inédita, um reviver impossível do passado que, no entanto, ao ser atualizado pelo presente, nos discursos, na “moda” das práticas cotidianas, no compartilhamento do imaginário, no âmbito de uma memória coletiva oferecida ao consumo individual ou não, potencializa-se como porvir. Cruzam-se e revisam-se tempos, criando-se uma experiência leitora que organiza sentimentos e conteúdos, delimitando, também, o que cabe à uma edição da publicação, constituindo seu começo, meio e fim. (TAVARES e PRADOLI, 2017, p. 129)

⁷⁰ Disponível em: <https://www.papermag.com/zendaya-euphoria-hbo-extreme#rebellitem27>. Acesso em: 22 de out. 2023.

⁷¹ Disponível em:

<https://glamour.globo.com/moda/noticia/2019/03/tudo-sobre-colecao-de-tommy-hilfiger-com-zendaya.ghml>. Acesso em 22 de out. de 2023.

Desse modo, ao recorrer por referências de moda de outras décadas, a atriz une o passado ao presente, fazendo sua própria releitura de peças e looks.

Além disso, demonstrando seu comprometimento com diversidade e inclusão, Zendaya exigiu peças que iriam até o número 56, algo que nunca havia sido feito na história da grife. Ao reafirmar a necessidade de se desenhar roupas para diferentes tipos de corpos, Zendaya ressalta que consegue evidenciar esse problema na própria família e diz que “Se alguma mulher da minha família não puder vestir as roupas que crio, estou fazendo algo errado” (GARGARO, 2019).

O desfile da coleção ocorreu na *Paris Fashion Week* daquele ano, com peças que permeavam os mais variados estilos, marca registrada da atriz. Havia roupas sexy, terninhos coloridos, pijamas psicodélicos, vestidos envelope, camisetas estampadas e muito mais⁷².

Figura 24 - Tommy Hilfiger x Zendaya



Fonte: Glamour, 2019⁷³

A parceria com a Tommy também pôde ser vista no tapete rosa do Met Gala 2019, sob o tema "Camp: Notes on Fashion", inspirado num ensaio da escritora norte-americana Susan Sontag. Acompanhada de Law Roach, seu *stylist* de longa

⁷² Disponível em:
<https://br.fashionnetwork.com/news/Tommy-x-zendaya-mais-sensual-do-que-nunca-em-harlem,1135072.html>. Acesso em: 22 de out. 2023.

⁷³ Disponível em:
<https://glamour.globo.com/moda/noticia/2019/03/tudo-sobre-colecao-de-tommy-hilfiger-com-zendaya.ghml>. Acesso em: 22 de out. 2023.

data, vestido de fada madrinha, Zendaya usava um vestido muito semelhante ao azul volumoso de Cinderela. A surpresa da noite foi que ao Law apontar a varinha de condão para Zendaya, o vestido assinado por Tommy Hilfiger começava a brilhar⁷⁴.

Nesse sentido, ampliando o número de parcerias com grandes marcas de luxo, em 2020, Zendaya foi anunciada como embaixadora da Bulgari, marca de luxo italiana conhecida por suas joias, relógios, acessórios e perfumes. O anúncio foi feito durante o evento de lançamento de uma nova versão da coleção B.Zero1. A lista de embaixadores também contou com os nomes da atriz inglesa Naomi Scott, da modelo estadunidense Lily Aldridge e do ator e cantor sino-canadense Kris Wu. Conforme o CEO da Bulgari, Jean-Christophe Babin, as escolhas se devem à intenção da marca de alcançar um público mais jovem e diversificado e por isso os novos embaixadores não representam apenas coleções específicas, e sim vários produtos da marca (NAAS, 2020).

Como resultado, Zendaya apareceu em algumas campanhas importantes de diferentes coleções naquele ano, como a campanha “Mai Troppo” (que significa “Nunca é demais”), em que posava com um longo vestido laranja de mangas bufantes, enquanto utilizava colares, pulseiras, anéis e brincos no formato de serpentes.

Figura 25 - Campanha Mai Troppo



Fonte: Vogue Arabia, 2020⁷⁵

⁷⁴ Disponível em:
<https://vogue.globo.com/moda/red-carpet/noticia/2019/05/zendaya-protagoniza-momento-cinderella-no-baile-do-met-2019.html>. Acesso em: 22 de out. 2023.

⁷⁵ Disponível em: <https://en.vogue.me/fashion/bulgari-mai-troppo-campaign/>. Acesso em: 22 de out. 2023.

Por ser embaixadora, Zendaya utiliza as joias da marca ao comparecer em eventos importantes e, naquele ano, as usou em um dos momentos mais importantes de toda a sua carreira artística, que foi quando ganhou seu primeiro *Emmy Awards* de "melhor atriz em série dramática" por sua atuação em *Euphoria*, se tornando a atriz mais jovem a ganhar um Emmy, aos 24 anos⁷⁶. Devido ao fato da cerimônia acontecer durante a pandemia de covid19, Zendaya optou por atender ao evento de forma online, mas isso não a impediu de pensar cuidadosamente no look da noite. Ao receber o prêmio, ela usava uma pulseira serpente em ouro rosa, brincos de opala e anel em ouro branco da Bulgari.

Figura 26 - Zendaya no Emmy 2020



Fonte: TopView, 2020⁷⁷

Ainda em setembro, Zendaya foi capa da InStyle em uma edição bem especial para celebrar o trabalho de criativos pretos, como forma de expressar sua própria identidade por intermédio da moda. Tendo em vista que

O caráter efêmero da moda na contemporaneidade culmina em um sistema de significados passageiros, em que o indivíduo busca se comunicar com a sociedade, expressando sua identidade através das roupas que usa e dos produtos que utiliza.(CARACIOLA, 2019, p. 92)

⁷⁶ Disponível em:
<https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2020/09/20/emmy-2020-veja-lista-com-os-vencedores.ghtml>. Acesso em: 22 de out. 2023.

⁷⁷ Disponível em:
<https://topview.com.br/fashion/zendaya-brilha-com-alta-joalheria-da-bulgari-durante-o-emmy-awards-2020/>. Acesso em: 22 de out. 2023.

Com isso, a edição foi idealizada e executada apenas por profissionais negros, como Law Roach e os fotógrafos Ahmad Barber e Donté Maurice, além disso, Zendaya também teve uma conversa com a cofundadora do Black Lives Matter, Patrisse Cullors, sobre injustiças sociais, seus próximos trabalhos e outros temas⁷⁸.

No ensaio, Zendaya também utilizou roupas exclusivamente de artistas negros, de estilistas como Jason Rembert, Cushnie, Pyer Moss e muitos outros. Na foto da capa, por exemplo, a atriz está utilizando um vestido de cetim vermelho, com detalhes em azul e amarelo, da coleção Aliétte outono 2020, de Jason Rembert.

Figura 27 - Ensaio InStyle



Fonte: InStyle, 2020⁷⁹

Em dezembro daquele ano, demonstrando novamente como havia se tornado relevante e influente para as *maisons*, Zendaya foi anunciada oficialmente como embaixadora da Valentino. Segundo o diretor criativo Pierpaolo Piccioli, a escolha se deve ao fato de Zendaya conseguir representar perfeitamente os valores da Valentino, dizendo que “ela é uma jovem poderosa e feroz que usa seu talento e seu trabalho para se expressar, seus valores e também sua geração” e acrescentou que

⁷⁸ Disponível em:
<https://people.com/style/zendaya-wears-exclusively-black-designers-on-the-september-2020-cover-of-instyle/>. Acesso em: 22 de out. 2023.

⁷⁹ Disponível em: <https://www.instyle.com/celebrity/zendaya-september-2020-cover>. Acesso em: 23 de out. 2023.

"consciência, inclusão, empatia e romantismo contemporâneo" são os valores centrais da Valentino, tornando Zendaya uma representante natural do seu "conceito contemporâneo de romantismo" (DEENY, 2020).

Para celebrar a nova embaixadora da marca, a Valentino lançou algumas fotos e um vídeo⁸⁰ em suas redes no qual a atriz aparece descalça, em cima de uma mesa e com um fundo acinzentado. Nas peças, ela está dando ênfase nas bolsas lançadas recentemente pela marca e as combina com vestidos das mesmas cores que as bolsas.

Figura 28 - Zendaya como embaixadora da Valentino



Fonte: VLK, 2020⁸¹

No mesmo mês, Zendaya foi a última capa do ano da Elle. A atriz foi entrevistada pelo seu amigo Timothée Chalamet, colega de elenco de um grande blockbuster que iria estrear no próximo ano: Duna (2021). Juntos, eles falaram sobre sua vitória no *Grammy*, *Euphoria*, Duna e as gravações do filme Malcom e Marie (2021), filme que ela também iria estrelar no ano seguinte.

No ensaio fotográfico, Zendaya estava com um cabelo longo avermelhado com tranças, os seus looks eram compostos por vestidos de estilos e marcas diferentes, como Valentino, Dior e Chanel, com tênis esportivos das marcas Nike e *New Balance for Jaden Smith Vision Racer*. De modo a unir roupas sociais com um estilo esportivo.

⁸⁰ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=q5IVq8fAVsU>. Acesso em: 23 de out. 2023.

⁸¹ Disponível em: <https://revistavlk.com.br/zendaya-e-a-nova-embaixadora-da-valentino/>. Acesso em: 23 de out. 2023.

Figura 29 - Ensaio Elle 2020



Fonte: Elle, 2020⁸²

No ano de 2021 a atriz continuava com sua agenda lotada, principalmente com eventos e ensaios fotográficos destinados a promover seus filmes que seriam lançados naquele ano, sendo eles Malcom e Marie (2021), Duna (2021) e Homem-Aranha: Sem Volta Para Casa (2021).

Malcom e Marie, lançado em janeiro exclusivamente na Netflix, trata do relacionamento dos personagens que dão nome ao filme, com Zendaya interpretando Marie e John David Washington no papel de Malcom. Dirigido por Sam Levinson, mesmo diretor de Euphoria, a história gira em torno de uma intensa briga de casal iniciada após ambos voltarem para casa depois da première do filme dirigido por Malcom. O estopim para a briga foi Malcom ter utilizado traumas e assuntos pessoais de Marie como inspiração para o seu filme, como o antigo vício em drogas dela, mas sem sequer agradecê-la durante o seu discurso. A partir de então, ambos partem para uma complexa discussão sobre seu relacionamento e o cinema⁸³.

O filme permitiu a Zendaya que interpretasse uma mulher muito mais madura que seus antigos papéis, por se tratar de uma mulher casada e não de uma adolescente. O longa, em preto e branco, foi gravado e lançado durante a pandemia

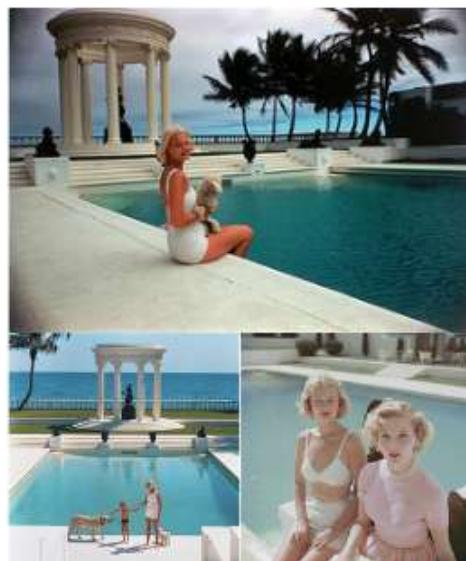
⁸² Disponível em: <https://www.elle.com/culture/a34601455/zendaya-euphoria-dune-interview/>. Acesso em: 23 de out. 2023.

⁸³ Disponível em:
<https://www.google.com/amp/s/www.omelete.com.br/amp/netflix/criticas/malcolm-e-marie-critica>. Acesso em: 23 de out. 2023.

de covid19, mas não foi muito bem recebido pelo público e pela crítica como os antigos trabalhos de Zendaya. Ainda que críticos elogiassem o desempenho dos atores principais⁸⁴, a obra só recebeu aprovação de 57% da crítica especializada e 67% da audiência no IMDB⁸⁵.

Como parte das promoções de Malcom e Marie, Zendaya e John David Washington, foram capa da W Magazine em março, estilizados por Law Roach e Samantha McMillen. O ensaio teve inspiração nas icônicas fotos do fotógrafo Slim Aarons da socialite C.Z. Guest, em um ensaio feito nos anos 50 no qual a loira posava ao lado de uma vasta e luxuosa piscina grega, personificando a riqueza presente em sua vida. Segundo a edição, Zendaya e Roach queriam substituir as ideias associadas a alta sociedade branca com um casal formado por pessoas negras, mostrando que eles também podem viver em casas grandiosas e luxuosas.

Figura 30 - C.Z. Guest por Slim Aarons



Fonte: Getty, 2019⁸⁶

Então, escolheram uma requintada mansão com colunas de mármore na entrada, como cenário de seu ensaio. Zendaya usava uma peruca loira assim como C.Z. Guest e roupas inspiradas no estilo dos anos 50, como lenços, faixas na

⁸⁴ Disponível em: <https://graziamagazine.com/articles/malcolm-and-marie-backlash/>. Acesso em: 23 de out. 2023.

⁸⁵ Disponível em: https://www.rottentomatoes.com/m/malcolm_and_marie. Acesso em: 22 de out. 2023.

⁸⁶ Disponível em: <https://www.gettyimages.com.br/fotos/cz-guest>. Acesso em: 22 de out. 2023.

cabeça e shorts de cintura alta. As cores das suas roupas variavam bastante, mas sempre estavam de acordo com as cores da roupa de Washington, como no vestido e terno que eles usam na memorável fotografia à beira da piscina, e também quando a atriz está usando um lenço verde e ele uma camiseta da mesma cor.

Figura 31 - Ensaio W Magazine 2021



Fonte: W Magazine, 2021⁸⁷

Assim como havia ocorrido no início daquele ano para promover Malcom e Marie e também quando houve o lançamento do primeiro filme do Homem-Aranha, Zendaya também fez um ensaio especial com Timothée Chalamet para a Entertainment Magazine, com o intuito de promover o filme Duna, que seria lançado na semana seguinte.

Em um cenário totalmente oposto ao de Arrakis, deserto fictício com grande escassez de plantas e água em que se passa Duna, o elenco fez o ensaio em uma paisagem com muitas árvores e plantas. Nas fotos em que está com Timothee, ambos posam durante o pôr do sol, ela está utilizando um longo vestido vermelho e ele utilizando camiseta e jaquetas marrons, gerando um contraste entre ambos, por interpretarem um casal de origens distintas na obra. No entanto, quando está posando com outras atrizes do elenco, Zendaya está utilizando roupas de alfaiataria em tons neutros assim como as demais.

⁸⁷ Disponível em:
<https://www.wmagazine.com/culture/zendaya-john-david-washington-law-roach-w-cover>.
Acesso em: 25 de out. 2023.

Figura 32 - Ensaio do elenco de Duna na EW



Fonte: EW, 2021⁸⁸

Lançado em outubro e inspirado na série de livros homônimos de Frank Herbert, Duna é a adaptação da primeira metade do primeiro livro da saga e suas sequências estão sendo produzidas e divulgadas pelos Estúdios Warner. A obra de ficção científica, dirigida por Denis Villeneuve, se passa em um universo imperial intergalático, em que cada planeta é administrado pela nobreza. Então, a poderosa família Atreides recebe um convite para administrar o árido planeta Arrakis, mais conhecido como Duna, o único lugar em que tem Melange, a substância mais valiosa do universo. No entanto, o que o duque Atreides não poderia imaginar é que tudo era uma armadilha para matá-lo e derrubar o seu clã. Com a traição, seu filho, o protagonista Paul Atreides interpretado por Timothée Chalamet, se vê obrigado a fugir com sua mãe em rumo ao povo Fremen, nativos de Arrakis, em busca de refúgio⁸⁹.

Zendaya interpreta Chani, uma das nativas de Duna e par romântico de Paul. No entanto, apesar de participar ativamente das promoções do filme, a atriz aparece somente em 7 minutos ao longo de quase 3 horas de filme⁹⁰. Visto que, como a obra

⁸⁸ Disponível em: <https://ew.com/movies/getting-dune-right-cover-story/>. Acesso em: 25 de out. 2023.

⁸⁹ Disponível em:

<https://www.google.com/amp/s/www.techtudo.com.br/google/amp/guia/2023/05/duna-veja-sinopse-ele-nco-trailer-e-o-que-se-sabe-sobre-duna-2-streaming.ghhtml>. Acesso em: 25 de out. 2023.

⁹⁰ Disponível em:

<https://www.google.com/amp/s/rollingstone.uol.com.br/amp/cinema/duna-por-que-zendaya-tem-pouco-tempo-de-tela/>. Acesso em: 25 de out. 2023.

é uma adaptação fiel dos livros, é somente a partir da segunda metade do primeiro livro que a personagem passa a ganhar destaque.

O elenco apareceu em diversos eventos para promover o filme e a atriz deixava um rastro de estilo, elegância e conceito em cada um deles. Como exemplo mais memorável, tem-se o look que a artista utilizou no primeiro evento para promover Duna, que foi no Festival de Veneza em setembro. Ela usava um vestido nude de couro da Balmain com fenda, remetendo aos majestosos desertos de areia de Arrakis, combinado a um colar de esmeraldas da Bulgari que ganhava todo o destaque do look, já que era a única peça colorida.

Outro look marcante do período, foi o vestido que lembrava o caráter distópico e futurista da série que Zendaya utilizou na première em Londres. A peça assimétrica tinha camadas de tecido bem grossas e faziam uma grande fenda nas costas, que remetiam também aos looks utilizados pelas personagens que compõem o grupo das Benet Gesserit na trama.

Figura 33 - Zendaya promovendo Duna



Fonte:Marie Claire, 2021⁹¹

Por estrear em um período em que nem todas as medidas de proteção contra a covid19 haviam acabado, impactando na quantidade de salas de cinema disponíveis, o longa foi lançado simultaneamente nos cinemas e no streaming da

⁹¹ Disponível em:
<https://revistamarieclaire.globo.com/Moda/noticia/2021/10/zendayaao-divulgar-duna-que-estreia-hoje-zendaya-faz-juz-titulo-de-icono-da-moda.html>. Acesso em: 28 de out. 2023.

HBO, HBO Max, em 22 de outubro. Ainda assim, arrecadou mais de US\$ 400 milhões em bilheteria mundial⁹² e teve cerca de 2 milhões de visualizações na HBO Max em seu fim de semana de estreia, se tornando a maior estreia de um filme na plataforma⁹³. Segundo Jason Kilar, presidente da WarnerMedia, a estreia do filme na plataforma foi uma das principais razões para o aumento expressivo no número de assinantes (MYIASHIRO, 2022).

Aproveitando o sucesso do filme, que conquistou 83% de aprovação da crítica e 90% do público no Rotten Tomatoes⁹⁴, Zendaya também foi a capa de outubro da Vogue Britânica. Nas fotos ela utilizava apenas roupas nas cores preto e branco, sendo que nas fotos o destaque em cada look estava na parte superior das peças. Algumas peças traziam extravagantes laços e babados na parte do busto e dos ombros e, em uma foto mais ousada, a atriz aparece sem estar utilizando nenhuma peça que cubra seus seios e, por isso, coloca os braços para cobrir a região.

Figura 34 - Ensaio Vogue 2021



Fonte: Vogue UK, 2021⁹⁵

⁹² Disponível em:

<https://www.google.com/amp/s/www.omelete.com.br/amp/duna/400-milhoes-bilheteria-mundial>. Acesso em: 29 de out. 2023.

⁹³ Disponível em:

<https://www.google.com/amp/s/www.omelete.com.br/amp/duna/duna-bate-liga-da-justica-hbo-max>. Acesso em: 29 de out. 2023.

⁹⁴ Disponível em: https://www.rottentomatoes.com/m/dune_2021. Acesso em: 29 de out. 2023.

⁹⁵ Disponível em: <https://www.vogue.co.uk/news/article/british-vogue-october-2021-zendaya>. Acesso em: 29 de out. 2023.

No entanto, é em novembro que Zendaya oficializa seu *status* como um grande ícone da moda, visto que é quando ocorreu o *CFDA Awards*, a premiação mais importante da moda estadunidense. O evento anual é realizado pelo *Council of Fashion Designers of America* (Conselho de Estilistas da America), reunindo designers, modelos, fashionistas e celebridades no *Seagram Building*, em Nova York, para celebrar e homenagear as pessoas mais importantes no cenário da moda daquele ano, conhecido por muitos como o “Oscar da Moda”⁹⁶.

Os ganhadores de cada categoria são escolhidos pelo conselho, composto por jornalistas de moda, estilistas e executivos. Em 2021, Zendaya foi uma das homenageadas e ganhou um dos principais prêmios do evento, o de "ícone fashion do ano", prêmio que já foi dado a personalidades como Beyoncé e Naomi Campbell, como forma de reconhecimento pelo modo como essas personalidades inovaram, marcaram e ousaram em seus looks no ano em questão⁹⁷.

Ao anunciar a vitória da atriz na categoria, a CFDA disse que “Quem quer que esteja acompanhando o que acontece no tapete vermelho vai concordar que Zendaya tem sido a monarca reinante. Sem exceção, a estrela faz uma declaração de estilo assim que sai do carro” (OYAMA, 2023);

Para o evento, a atriz escolheu um look vermelho, com uma saia longa de cintura baixa com volume no quadril e um top da estilista Vera Wang. Na ocasião, ela também tirou fotos ao lado de seu stylist, Roach, no tapete vermelho.

Figura 35 - Zendaya no CFDA Awards 2021



⁹⁶ Disponível em: <https://www.google.com/amp/s/www.metropoles.com/colunas/ilca-maria-estevao/cfda-awards-2021-confira-os-vencedores-da-premiação-de-moda/amp>. Acesso em: 30 de out. 2023.

⁹⁷ Disponível em: <https://elle.com.br/moda/ganhadores-cfda-awards-2021>. Acesso em: 30 de out. 2023.

Fonte: Getty Images, 2021⁹⁸

Ademais, no paralelo, a atriz também continuou a participar intensivamente de campanhas da Bulgari e estrelou a campanha da nova coleção da joalheria chamada "Magnifica", ao lado de estrelas como a cantora Lisa do Blackpink e das modelos Lily Aldridge e Vittoria Ceretti. Como a nova coleção tinha inspiração na Roma Antiga, as embaixadoras da marca posaram em meio a cenários com estátuas e pilares romanos, tanto nos video *teasers* quanto nas fotografias.

Figura 36 - Campanha Bulgari 2021



Fonte: Fashion Gone Vogue, 2021⁹⁹

Encerrando o ano com chave de ouro, em dezembro, foi lançado o terceiro filme da franquia do novo Homem-Aranha, chamado "Homem-Aranha: Sem Volta para Casa", e, assim como os que haviam sido lançados anteriormente, foi um enorme sucesso. Algumas das razões para isso foi que, pela primeira vez na história dos filmes do herói, a verdadeira identidade do Homem-Aranha havia sido descoberta¹⁰⁰ e devido aos diversos rumores, que depois se comprovaram como

⁹⁸ Disponível em:

<https://www.gettyimages.com.br/detail/foto-jornalística/law-roach-and-zendaya-attend-the-2021-cfda-fashion-foto-jornalística/1352623182?adppopup=true>. Acesso em: 30 de out. 2023.

⁹⁹ Disponível em:

<https://www.fashiongonerogue.com/bulgari-magnifica-jewelry-campaign-zendaya-lisa/>. Acesso em: 1 de nov. 2023.

¹⁰⁰ Disponível em: <https://www.sonypictures.com.br/filmes/homem-aranha-sem-volta-para-casa>. Acesso em: 1 de nov. 2023.

verdadeiros, afirmando que Tobey Maguire e Andrew Garfield, os antigos intérpretes do personagem, apareceriam no longa¹⁰¹.

No Rotten Tomatoes, o longa conquistou notas impressionantes, com 93% de aprovação da crítica e 98% do público¹⁰². O filme arrecadou mais de US\$1,8 bilhões de dólares mundialmente e entrou no top 10 de filmes de maiores bilheterias de todos os tempos¹⁰³.

A personagem de Zendaya teve um grande papel na obra, não apenas como par romântico, mas também ajudando o herói a lidar com as consequências judiciais após o fim de seu disfarce e a acabar com os vilões que surgem na história. Do mesmo modo que ocorreu durante a première do filme anterior, Zendaya também foi para o evento com um look inspirado na obra. Ela usava um vestido nude personalizado da Valentino com decote em v e uma grande fenda, decorado com diversas teias de aranhas pretas. Em determinado momento no tapete vermelho, a atriz apareceu até mesmo utilizando uma máscara de renda preta, fazendo alusão ao disfarce do herói.

Figura 37 - Première de Homem-Aranha: Sem Volta Para Casa



Fonte: Vogue, 2021¹⁰⁴

¹⁰¹ Disponível em:

<https://br.ign.com/homem-aranha-3/94833/news/homem-aranha-3-tobey-maguire-andrew-garfield-teorias>. Acesso em: 1 de nov. 2023.

¹⁰² Disponível em: https://www.rottentomatoes.com/m/spider_man_no_way_home. Acesso em: 5 de out. 2023.

¹⁰³ Disponível em:

<https://www.google.com/amp/s/www.omelete.com.br/amp/filmes/10-maiores-bilheterias-globais-da-historia>. Acesso em: 3 de nov. 2023.

¹⁰⁴ Disponível em:

<https://www.google.com/amp/s/vogue.globo.com/amp/moda/noticia/2021/12/uau-zendaya-elege-vestido-personalizado-com-teias-de-aranha-para-premeire.html>. Acesso em: 5 de nov. 2023.

Em janeiro de 2022, estreia a esperada segunda temporada de Euphoria. A trama abre espaço para aprofundar a história dos personagens coadjuvantes, mas o elemento principal continua sendo Rue. A personagem continua tendo dificuldades em seu processo de recuperação e tem algumas recaídas em meio a uma crise de abstinência, o que a leva a ter uma crise no relacionamento com Jules, interpretada por Hunter Schafer¹⁰⁵.

A atuação de Zendaya foi novamente aclamada, o que garantiu o seu segundo Emmy na categoria "melhor atriz em série dramática"¹⁰⁶. Desta vez atendendo a premiação presencialmente, Zendaya utilizou um vestido preto com cauda da Valentino, com colar e brincos da Bulgari.

Figura 38 - Emmy 2022



Fonte: Vogue, 2022¹⁰⁷

¹⁰⁵ Disponível em:

<https://www.google.com/amp/s/www.omelete.com.br/amp/series-tv/criticas/euphoria-2-temporada>. Acesso em: 7 de nov. 2023.

¹⁰⁶ Disponível em:

<https://www.google.com/amp/s/vogue.globo.com/amp/lifestyle/cultura/noticia/2022/09/emmy-2022-zendaya-se-torna-unica-artista-mais-jovem-vencer-como-melhor-atriz-duas-vezes.html>. Acesso em: 7 de nov. 2023.

¹⁰⁷ Disponível em:

<https://www.google.com/amp/s/vogue.globo.com/amp/moda/noticia/2022/09/emmy-awards-2022-indicada-melhor-atriz-zendaya-escolhe-look-all-black-para-premiacao.html>. Acesso em: 7 de nov. 2023.

Para promover a série, Zendaya também participou de um ensaio especial para a revista The Cut com o elenco feminino de Euphoria, as atrizes Hunter Schafer, Sydney Sweeney, Alexa Demie, Barbie Ferreira e Maude Apatow.

Nas fotos em grupo, todas usavam vestidos pretos de modelos diferentes, o destaque nas maquiagens de Maude, Alexa e Sweeney estava no vibrante batom vermelho em suas bocas, enquanto Zendaya, Hunter e Barbie se destacavam pelos grandes delineados nos olhos.

Zendaya também tirou fotos solo, como a que está utilizando um look da Mugler, composto por uma jaqueta preta e uma minissaia cinza. Além de também posar com Hunter, atriz que interpreta seu par romântico na série, em fotos cuja ambas aparecem com looks florais, com Hunter usando um vestido florido e Zendaya uma grande flor branca em seu blazer.

Figura 39 - Elenco de Euphoria em ensaio para a The Cut Magazine



Fonte: The Cut, 2022¹⁰⁸

Em março, outro trabalho da atriz com Denis Villeneuve, diretor de Duna, vem a público. No entanto, desta vez não se trata do lançamento de um filme, e sim um ensaio fotográfico dirigido pelo cineasta para a W Magazine.

Com fotografia de Jack Davison e looks por Law Roach, Villeneuve dirigiu um ensaio fotográfico pela primeira vez em sua carreira. Para o conceito, o cineasta se inspirou em David Bowie em “The Man Who Fell to Earth” e fez com que Zendaya personificasse uma criatura alienígena que pousou em uma casa na beira de um

¹⁰⁸ Disponível em: <https://www.thecut.com/article/euphoria-cast-interview.html>. Acesso em: 7 de nov. 2023.

penhasco em Malibu, com o intuito de aprender e testemunhar o estado do planeta 2.000 anos no futuro¹⁰⁹.

Como que em tom de contemplação do planeta que “visitava”, a atriz está com os braços para cima e sempre com o rosto em direção ao sol. Novamente uma referência a Duna, planeta queimado pelo sol, afinal é algo que a atriz e o diretor têm em comum.

O brilho é uma peça-chave nos looks da atriz, seja no cenário, cabelo ou roupa. Como o vestido Schiaparelli Haute Couture com touca e mangas circulares com detalhes metalizados de raios de sol que utiliza na foto da capa, em que ela parece se transformar no próprio sol.

Ou na foto em que linhas metalizadas se expandem a partir de seus pés, enquanto a atriz está utilizando uma blusa e uma legging com lantejoulas enquanto o seu rosto é banhado por feixes de luz do sol. Ou no top metalizado da Courrèges que ela utiliza enquanto está de olhos fechados e com os braços erguidos para cima.

Figura 40 - Zendaya para a W Magazine 2022



Fonte: W Magazine, 2022¹¹⁰

Em seu terceiro ano como embaixadora da Bulgari, Zendaya estrelou a campanha "Unexpected Wonders" (maravilhas inesperadas), junto a nova

¹⁰⁹ Disponível em:

<https://www.wmagazine.com/culture/zendaya-denis-villeneuve-dune-euphoria-interview>. Acesso em: 8 de nov. 2023.

¹¹⁰ Disponível em:

<https://www.wmagazine.com/culture/zendaya-denis-villeneuve-dune-euphoria-interview>. Acesso em: 9 de nov. 2023.

embaixadora da marca, a atriz Anne Hathaway. No curta, dirigido pelo italiano Paolo Sorrentino, ganhador da categoria "melhor filme internacional" em 2014 e 2022 no Oscar, as atrizes aparecem utilizando as jóias da marca enquanto circulam pelos cômodos luxuosa mansão italiana¹¹¹.

Em meio a tantas cores sóbrias, tanto nas roupas das atrizes como na decoração do ambiente, as cores vibrantes das pedras presentes nas jóias ganham destaque, assim como nas flores flutuando em uma das cenas e no pavão que aparece em alguns momentos. Além disso, assim como em outras campanhas da Bulgari, a campanha não tinha o intuito de promover apenas uma linha de produtos, já que as atrizes são vistas utilizando peças da clássica linha Serpenti, B.Zero1 e BB.

Figura 41 - Bulgari Unexpected Wonders



Fonte: Youtube, 2022¹¹²

Em maio de 2022, devido ao seu sucesso na indústria audiovisual e as grandes campanhas que estrelou para marcas de luxo no ano anterior, Zendaya foi escolhida pela revista Time como uma das 100 pessoas mais influentes do ano e marcou presença na categoria de "inovadores" da edição. Sua relevância foi tão importante, que a atriz também foi selecionada para integrar uma das cinco capas mundiais da revista, junto a cantora Mary J. Blige, a primeira-ministra de Barbados Mia Mottley, o ator Simu Liu e o CEO da Apple, Tim Cook¹¹³.

O perfil da atriz foi escrito por Denis Villeneuve, que disse

¹¹¹ Disponível em:

<https://hypbeast.com/2022/5/zendaya-anne-hathaway-bulgari-campaign-unexpected-wonders-video-film-watch>. Acesso em: 11 de nov. 2023.

¹¹² Disponível em:

https://www.youtube.com/watch?v=W5PRZuaQ3VM&embeds_referring_euri=https%3A%2F%2Fhypbeast.com%2F&source_ve_path=MjM4NTE&feature=emb_title. Acesso em: 10 de nov. 2023.

¹¹³ Disponível em:

<https://www.insider.com/dune-director-says-zendaya-is-timeless-and-the-future-2022-5#:~:text=Zendaya%20was%20featured%20as%20an,the%20making%2C%22%20he%20said>. Acesso em: 11 de nov. 2023.

Num período de cerca de um ano, Zendaya brilhou como uma estrela cadente capturada em filme celuloide no filme 'Malcolm & Marie', de Sam Levinson. Ela explodiu emocionalmente quando sua adolescência foi desintegrada no fenômeno cultural que é 'Euphoria', de Levinson. Ela brilhou em 'Homem-Aranha: Sem Volta Para Casa', um filme que dominou a bilheteria no ano em que ela se tornou uma musa de extremos", e completou dizendo que "Mas Zendaya é muito mais que isso. Ela é, por si só, uma força criativa autônoma. Um futuro ícone cultural. Uma pessoa guiada por inspiração, empatia e respeito por sua arte, que usa a autenticidade como um novo superpoder. Ela parece destemida, suas raízes são profundas, e eu amo o fato de ela ainda rir como uma criança. Zendaya é o futuro. E não tem nada mais reconfortante para mim. Isso é só o começo (UOL, 2020).

Para a capa, com Law cuidando do look, Zendaya utilizou um vestido vermelho de babados da Valentino, no mesmo tom que a logo da revista, e um colar da Bulgari.¹¹⁴

Figura 42 - Zendaya na Time 100



Fonte: Time, 2022¹¹⁵

O sucesso da atriz também pode ser visto no universo digital, já que conta com mais de 150 milhões de seguidores no Instagram atualmente¹¹⁶, em que boa

¹¹⁴ Disponível em:

<https://wwd.com/fashion-news/fashion-scoops/zendaya-time-100-most-influential-people-cover-1235186671/>

¹¹⁵ Disponível em: <https://time.com/collection/100-most-influential-people-2022/6177806/zendaya/>

¹¹⁶ Disponível em: <https://www.instagram.com/zendaya/>. Acesso em: 18 de dez. de 2023.

parte das postagens são dedicadas a divulgar os ensaios fotográficos que ela participa.

Em julho, Zendaya foi a capa da Vogue Itália em um ensaio inspirado nas dançarinas de charleston da primeira metade do século XX, uma dança mais sensual apresentada geralmente em cabarés. De acordo com o jornalista Jordan Anderson (2022), que entrevistou Zendaya para a edição, era muito difícil olhar as fotos da estrela e não se lembrar de Josephine Baker, dançarina estadunidense naturalizada francesa, que ficou famosa por suas danças provocantes no cabaré Folies Bergère. Fora dos palcos, Baker também era conhecida por sua coragem, além de seu estilo de vida extravagante, ela sempre se posicionou contra políticas segregacionistas e ainda espionou os países do Eixo para os Aliados durante a Segunda Guerra Mundial, devido a sua grande popularidade que a garantia diversos convites a embaixadas e festas de políticos e militares¹¹⁷.

Por seus atos, a dançarina foi homenageada em 2021, pela França no Panteão de Paris, onde são honrados os maiores nomes da cultura francesa, como Marie Curie a Jean-Jacques Rousseau, se tornando a primeira mulher negra a conseguir o feito.

Figura 43 - Josephine Baker



Fonte: Getty Images, 1930¹¹⁸

¹¹⁷ Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-59453094.amp>. Acesso em: 13 de nov. 2023.

¹¹⁸ Disponível em: <https://www.gettyimages.com.br/fotos/josephine-baker>. Acesso em: 13 de nov. 2023.

Fotografada por Elizaveta Porodina e com Law como stylist, Zendaya utiliza roupas de diversas marcas no ensaio, como Giorgio Armani, The Attico e Moschino. Para capa, ela utilizou um vestido da Valentino com jóias da Bulgari¹¹⁹.

Figura 44 - Zendaya Vogue Italia



Fonte: Vogue Italia, 2022¹²⁰

Zendaya buscou referências negras para o seu ensaio, algo essencial para poder se conectar com suas ancestralidade e compreender as questões ligadas a identidade étnica, já que

[...] a ausência de modelos da própria etnia em que as crianças do grupo possam se inspirar pode gerar um sentimento de invisibilidade social, desencadeando processos de incompreensão de si mesmas e da ancestralidade, produzindo crises de identidade étnicas (GUIMARÃES, 2004; DOMINGUES, 2002) (ACEVEDO et al in BATISTA e LEITE, p. 142, 2011).

Desse modo, é perceptível que não apenas Zendaya deu visibilidade a artistas negras que a antecederam, ela própria estava se tornando uma referência para gerações futuras.

Logo após sua vitória no Emmy, ainda em setembro, Zendaya estrelou a maior campanha da Valentino naquele ano, a Pink PP. Desenvolvida exclusivamente por Pierpaolo Piccioli, diretor criativo da Valentino, Pink PP é uma nova tonalidade

¹¹⁹ Disponível em: <https://www.fashionphotography.com/zendaya-vogue-italia-july-2022/>. Acesso em: 13 de nov. 2023.

¹²⁰ Disponível em: <https://www.vogue.it/en/article/zendaya-on-the-cover-of-vogue-italia-interview>. Acesso em: 15 de nov. 2023.

da cor rosa criada em parceria com a Pantone. A partir da nova cor, a Valentino lançou uma coleção de outono/ inverno de 2022, chamada "Coleção Pink PP"¹²¹.

Segundo Piccioli, a coleção tem o objetivo de mostrar a versatilidade da cor rosa e de continuar o legado da cor vermelha, fortemente associada a Valentino, de uma perspectiva mais moderna (NEWBOLD, 2022). Assim, as peças permeavam os mais variados estilos, formas e tecidos, com roupas com recortes ondulados, regatas, brilho, transparência, plumas e muito mais. Além disso, como o vermelho da Valentino foi muito utilizado acompanhado da cor preta, na coleção da Pink PP também existem muitas peças totalmente pretas, mesmo o foco sendo nos looks rosa.

Figura 45 - Desfile de lançamento da coleção Pink PP na PFW



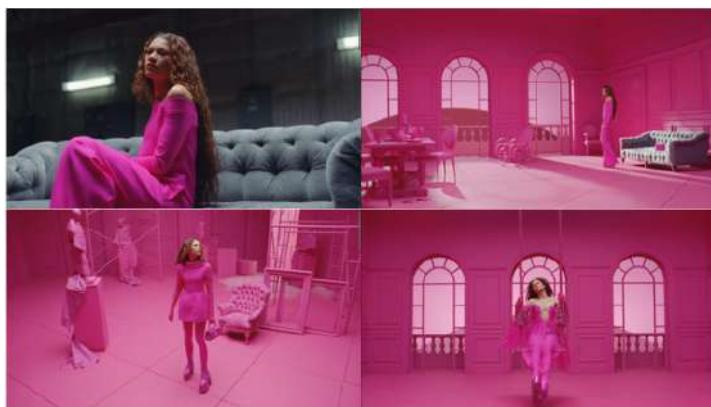
Fonte: Valentino, 2022¹²²

No vídeo intitulado como "Pink Dreams", lançado em setembro, Zendaya aparece usando um macacão e uma bolsa rosa da coleção dormindo em sofá cinza em um galpão acinzentado, ao acordar ela se depara com uma residência com suas paredes, teto, piso, móveis e decorações na cor pink pp. Ela sai do comodo e começa a explorar a residência, mas toda vez que o cenário muda seu look também é alterado para outras peças da coleção, sempre utilizando grandes saltos de plataforma característicos da marca. Os looks que a atriz utiliza no vídeo são os mesmos que utilizava nas imagens oficiais da campanha.

¹²¹ Disponível em:
<https://harpersbazaar.uol.com.br/moda/pink-pp-rosa-domina-a-passarela-da-valentino/>. Acesso em: 15 de nov. 2023.

¹²² Disponível em: <https://www.valentino.com/en-gr/fashionshow/valentino-pink-pp-collection>. Acesso em: 16 de nov. 2023.

Figura 46 - Valentino Pink Dreams



Fonte: YouTube, 2022¹²³

Pierpaolo disse que a escolha da atriz para divulgar a coleção, assim como a decisão de usar o piloto de Fórmula 1 Lewis Hamilton para promover as peças para o público masculino, ocorreu devido ao modo como ambos têm uma ligação profunda com a cor rosa. Já que, de acordo com o criativo, a cor rosa tem sido importante para quebrar barreiras na moda há muito tempo, assim como Zendaya e Hamilton também "usam sua voz e talento para unificar, integrar, construir" (CARLIN 2022). Ou seja, o modo como ambos utilizam de sua popularidade para dar visibilidade a pautas sociais, os tornam em representantes ideias dos valores que a marca quer passar com sua nova coleção, de diversidade, ousadia e inovação.

Portanto, a análise da carreira da atriz revela não apenas seu sucesso na indústria audiovisual, mas também o modo como ocorreu sua inserção e consolidação no mundo da moda. O que culminou em convites para desfiles e premiações, parcerias com marcas de luxo prestigiadas e, principalmente, em uma quantidade expressiva de ensaios fotográficos para revistas de moda. De modo a reforçar a forte conexão entre o mundo do entretenimento e a indústria da moda, visto que as conquistas profissionais de Zendaya estão diretamente ligadas a quantidade de ensaios e ao porte das revistas que participa.

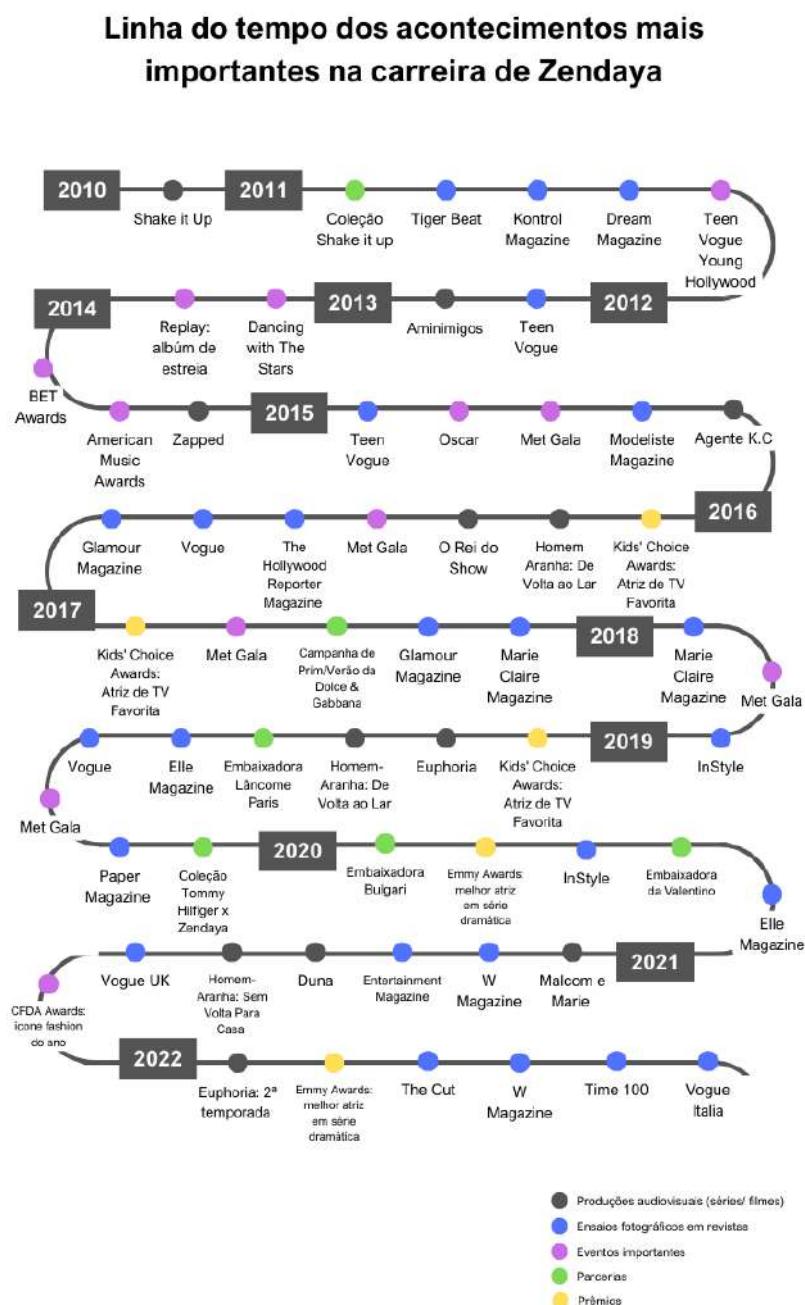
Por fim, é visível como os ensaios fotográficos em revistas de moda desempenham um papel estratégico na construção da imagem pública e na definição da identidade visual de celebridades. Porque, como visto ao longo dos ensaios citados, as poses, os cenários, as roupas e os conceitos dos ensaios conseguem transmitir determinadas mensagens ao público, não somente sobre as

¹²³ Disponível em: <https://youtu.be/nukBrPLLULw?si=Qt2EvFh0NrADMwE7>. Acesso em: 16 de nov. 2023.

peças, cores e marcas que Zendaya mais utiliza, mas também sobre as causas e movimentos sociais que defende.

Desse modo, para sintetizar os acontecimentos mais marcantes na carreira de Zendaya e facilitar a compreensão acerca da trajetória da atriz até sua ascensão no mundo da moda, é possível seguir a seguinte linha do tempo

Figura 47 - Linha do tempo



VIII. Considerações finais

Ao longo do trabalho, foi possível notar como, desde o surgimento da moda até os dias atuais, os meios de comunicação têm um papel central no que diz respeito à difusão de marcas e tendências mundialmente.

Conforme a indústria cresceu e se tornou cada vez mais lucrativa, novas estratégias foram adotadas para acelerar e apoiar essa difusão. Uma das mais memoráveis que persiste até hoje, mesmo tendo surgido há cerca de 2 séculos, são as revistas de moda. Ainda que no início tivessem um caráter mais funcional, o formato das revistas mudou com o passar das décadas e atualmente tem um foco maior em explorar a imagem de celebridades.

Devido ao seu carisma e potencial econômico capaz de impactar milhares ou milhões de fãs em escala global, as celebridades são vistas pelas revistas de moda como uma alavanca para impulsionar os seus lucros. Em vista disso, as revistas passaram a investir em ensaios fotográficos protagonizados por celebridades, pois as imagens são essenciais na transformação de produtos em objetos de desejo ao inspirarem a projeção de sonhos e a identificação dos consumidores em relação ao conteúdo apresentado pela celebridade que admiram.

Assim, receber um convite para participar de tais ensaios também são indicativos que a celebridade tem se tornado mais popular e que sua relevância no setor e seu potencial econômico foram reconhecidos por grandes editoras. Desse modo, a partir da análise da carreira de Zendaya, foi possível compreender a importância dos ensaios fotográficos em revistas no processo de transformação da atriz em uma figura importante no mundo da moda.

É notável como as produções audiovisuais que a atriz participou tiveram um papel central na ascensão de sua carreira na moda, porque as revistas em que Zendaya aparece variam de acordo com o público-alvo e o sucesso destas produções. No início de sua carreira, como só era conhecida por séries e filmes da Disney, sua aparição em ensaios era limitada às revistas destinadas ao público infanto-juvenil, como Dream Magazine e Teen Vogue.

Todavia, conforme os trabalhos da atriz ficavam cada vez mais populares entre o público e reconhecidos por profissionais da indústria audiovisual, o que lhe rendeu dois Emmy Awards, Zendaya passou a ser chamada frequentemente para participar de ensaios em revistas cada vez mais importantes, como Vogue e Elle. O que revela uma conexão profunda entre o sucesso de Zendaya na indústria audiovisual e sua consolidação no mundo da moda, destacando o papel crucial desempenhado pelos ensaios fotográficos.

A visibilidade adquirida por meio desses ensaios não apenas contribuiu para a consolidação de Zendaya como uma figura de destaque, mas também abriu portas para desfiles, parcerias com marcas de luxo e reconhecimento em premiações importantes na moda. Por causa da constante publicação de ensaios protagonizados pela atriz, Zendaya pôde explorar diversos conceitos e mostrar sua versatilidade por meio de cada look, chamando a atenção de marcas de diferentes segmentos. Fazendo com que se transformasse em embaixadora de grifes nos setores de cosméticos, acessórios e roupas.

O presente trabalho atendeu aos objetivos iniciais de entender os fenômenos de circulação de sentidos da moda e de compreender o papel dos ensaios no processo de circulação de sentidos, a partir de uma análise sobre como os ensaios impulsionaram a carreira de Zendaya no mundo da moda. Todavia, pela natureza da metodologia empregada, uma limitação destacável é a impossibilidade de estender os resultados aqui obtidos a outros sujeitos e contextos, uma vez que se fundamentou em um estudo de caso único, da atriz Zendaya.

Como desdobramentos de pesquisas futuros, é possível continuar a análise do impacto dos ensaios fotográficos na carreira da estrela e também analisar a influência dos ensaios nas carreiras de outras celebridades, de modo a buscar pontos convergentes e divergentes na forma como diferentes celebridades se tornam influentes na moda.

IX. Referências

ANDERSON, Jordan. Zendaya on the cover of Vogue Italia. Read the full interview. Vogue Italia, 2022. Disponível em: <https://www.vogue.it/en/article/zendaya-on-the-cover-of-vogue-italia-interview>. Acesso em 20 de nov. de 2023.

ARAÚJO, T. H. DE B.; CHAUVEL, M. A. Estratégias de Promoção no Lançamento de Filmes Norte-Americanos no Mercado Brasileiro: Um Estudo de Caso. Revista Interdisciplinar de Marketing, v. 3, n. 1, p. 22-39, 21 fev. 2015.

BARTHES, Roland. Sistema da moda. 1^a ed. São Paulo: Martins Fontes, 2009. ISBN 9788533624181.

BRAGA, João. História da moda: uma narrativa. 11^a ed. São Paulo: D'Livros Editora, 2022. ISBN 978-65-87051-24-3.

CAAN, Fykaa; LEE, Angela. Celebrity fashion marketing: developing a human fashion brand. 1^a ed. Londres: Routledge, 2023. ISBN 978-1032007359.

CASAQUI, Vander. História da propaganda brasileira. In BARBOSA, E. PEREZ, C. (orgs.). Hiperpublicidade, vol. 1 – Fundamentos e interfaces. São Paulo: Thomson Pioneira, 2007. 51-90.

CINTRA, Eduardo Economia e carisma da indústria cultural da celebridade, 2012.

DAROS, O. Ciberativismo mercantilizado? Práticas de fãs de celebridades nas redes sociais. Lumina, [S. I.], v. 16, n. 1, p. 96–113, 2022. DOI: 10.34019/1981-4070.2022.v16.32352. Disponível em: <https://periodicoshomolog.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/32352>. Acesso em: 16 out. 2023.

DEENY, Godfrey. Valentino revela seu novo rosto: Zendaya. Fashion Network, [S.I.]. Disponível em: <https://br.fashionnetwork.com/news/Valentino-revela-seu-novo-rosto-zendaya,1264873.html>. Acesso em: 12 nov. 2023.

ELMAN, D. A revista de moda vai para a rede: uma análise das reportagens no Instagram das revistas Elle e Estilo na São Paulo Fashion Week. dObra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, [S. I.], v. 9, n. 19, p. 137–145, 2016. DOI: 10.26563/dobras.v9i19.457. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/457>. Acesso em: 2 de out. 2023.

ESPINDOLA, Polianne. Cultura De Fãs e Redes Sociais: Como a Cultura Participativa e o Capital Social Atinge as Organizações. Santa Catarina: Intercom, 2015. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/sul2015/resumos/R45-0548-1.pdf>

FAVARO, L. & GILL, R. (2018). Feminism rebranded: women's magazines online and 'the return of the F-word'. Dígitos: Revista de Comunicación Digital(4), pp. 37-65. doi: 10.7203/rd.v0i4.129

FRANÇA, Vera; FILHO, João; LANA, Ligia; SIMÕES, Paula. Celebriidade no século XXI: transformações no estatuto da fama. 1^a ed. Editora Sulina, 2022. ISBN 978-85-205-0702-6

GAGO, José Maria Paz. Moda e sedução. 1^a ed. Appris Editora, 2022. ISBN 978-85-68552-26-9.

GARGARO, Larissa. Tudo sobre a coleção de Tommy Hilfiger com a Zendaya. Glamour, 2019.

Disponível em:

<https://glamour.globo.com/moda/noticia/2019/03/tudo-sobre-colecao-de-tommy-hilfiger-com-zendaya.ghml>. Acesso em: 12 nov. 2023.

GIBSON, Pamela. Fashion and celebrity culture. 1^a ed. Londres: Berg Publishers, 2011. ISBN 978-1847883858.

HELLO. Zendaya looks unreal in head-to-toe Valentino pink for latest campaign. Hello Magazine, 2022. Disponível em:

<https://www.hellomagazine.com/hfm/20220804147293/zendaya-valentino-campaign-pink-barbiecore/?viewas=amp>. Acesso em 20 de nov. de 2023.

HICKBOTTOM, K. The Re-Education of Teen Vogue: Elaine Welteroth and Her Transformative Vision for Teenage Journalism. In Women Leading Change: Case Studies on Women, Gender, and Feminism, 6(1), 123-142, 2022. Disponível em: <https://journals.tulane.edu/ncs/article/view/3666>: <https://journals.tulane.edu/ncs/article/view/3666>. Acesso em: 10 de novembro de 2023.

LIPOVETSKY, Gilles. Agradar e tocar: ensaio sobre a sociedade da sedução. Tradução de Maria Lucia Machado. 1^a ed. Lisboa: Edições 70, 2019. ISBN 978-9724421162.

LIPOVETSKY, Gilles. O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. Tradução: Maria Lúcia Machado. 1^a ed. Companhia das Letras, 2009. ISBN 978-85-359-1512-5.

LÓPEZ, C. S. Mercure de France: de Donneau de Visé à Alfred Vallete, da série moderne à maison d'édition. Faces da História, v. 1, n. 1, p. 51-70, 12 ago. 2017.

MENEZES, Monalisa e VIANA, Pablo. Marilyn Monroe: A estrela como produto. Um olhar sobre a utilização da imagem midiática da atriz na propaganda. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – PR – 2 a 5/9/2014. Disponível em:<http://www.intercom.org.br/sis/2014/resumos/R9-1504-1.pdf>

MILETO, C.; PEREIRA, J.; SUBIETA, K.; SCHUWENK, R.; JUNIOR, R.; AZEVEDO, V. Comportamento de consumo do retrô na internet: estudos de nostalgia, identidade e memória. Rio de Janeiro: Intercom, 2015. Disponível em:
<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-3882-1.pdf>

MIYASHIRO, Kelly. Estreia simultânea de filmes no cinema e na HBO Max atraiu assinantes. Veja, 2022. Disponível em:

[https://veja.abril.com.br/coluna/tela-planaestreia-simultanea-de-filmes-no-cinema-e-na-hbo-max-atraiu-assinantes/amp/](https://veja.abril.com.br/coluna/tela-planaestreia-simultanea-de-filmes-no-cinema-e-na-hbo-max-atraiu-assinantes/). Acesso em: 12 nov. 2023.

MOERAN, Brian. Lançando a Moda. Em *Comunicação e Sociedade*, vol. 24, 2013, pp. 95 – 119

MORIN, Edgar. As estrelas: mito e sedução no cinema. 1^a ed. São Paulo: José Olympio, 1990. ISBN 9788503003605.

NAAS, Roberta. Bulgari CEO Jean-Christophe Babin Unveils Multi-Gender B.zero1 Rock Collection. *Forbes*, [S.I.], 10 fev. 2020. Disponível em:

<https://www.forbes.com/sites/robertanaas/2020/02/10/bulgari-ceo-jean-christophe-babin-unveils-multi-gender-bzero1-rock-collection/?sh=2e181f4abb9c>. Acesso em: 12 nov. 2023.

NATANSOHN, L. G.; CUNHA, R.; BARROS, S.; SILVA, T. Revistas online: do papel às telinhas.

Lumina, [S. I.], v. 4, n. 1, 2010. DOI: 10.34019/1981-4070.2010.v4.20936. Disponível em:

<https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/20936>. Acesso em: 5 out. 2023.

NETO, A. F. Circulação: trajetos conceituais. *Rizoma*, v. 6, n. 2, p. 08-40, 7 jul. 2018.

NEWBOLD, Alice. O sucesso do Pink PP da Valentino. *Vogue Portugal*, 2022. Disponível em:

<https://www.vogue.pt/valentino-pink-pp#:~:text=%E2%80%9CEste%20rosa%20monocrom%C3%A1tico%20for%C3%A7a%20a,a%20usar%20o%20rosa%20monocrom%C3%A1tico>. Acesso em 20 de nov. de 2023.

OYAMA, Patricia. Zendaya, do Disney Channel a ícone fashion. *Elle*, 2023. Disponível em:

<https://elle.com.br/podcast/zendaya-do-disney-channel-a-icone-fashion#:~:text=AI%C3%A9m%20de%20ter%20estrelado%20campanhas,exaltou%20a%20majestade%20da%20atriz>. Acesso em: 12 nov. 2023.

PÉREZ, Clotilde e POMPEU, Bruno. Moda Mimética, Desviante e Criativa. *DeSignis*, n. 32, 2020.

Disponível em:

<https://www.designsfels.net/capitulo/i32-05-moda-mimética-desviante-e-criativa-em-busca-da-secundidade-perdida/>

RADAELLI, Letícia; PUHL, Paula. It's All Grace Kelly: A Transformação do Figurino em Moda no Editorial da Vogue. Curitiba: Intercom, 2017. Díspónivel em:

<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-1484-1.pdf>

SANTAELLA, Lúcia. Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo. 3. ed. São Paulo: Paulus, 2004.

SCARAMBONE, Cassiano. O valor da conexão emocional. *Meio e Mensagem*, 2021. Disponível em:

<https://www.meioemensagem.com.br/home/opiniao/2021/02/22/o-valor-da-conexao-emocional.html>.

Acesso em: 10 de junho de 2021.

SILL, Barbel. Stardom and fashion: on the representation of female movie stars and their fashionable image in magazines and advertising campaigns. In: SHINKLE, Eugenie. *Fashion as photograph*. Londres: Tauris, 2012.

SILVA, Lidiane. Sentidos dos rostos no contemporâneo disfórico da série Euphoria. XVII Colóquio de Moda - GT 3, 2022.

SILVA, Renata; OLIVEIRA, Camyla. Cultura da celebs, fãs e a nova mídia: um estudo sobre a promoção da imagem e trabalho de Justin Bieber. v. 15 n. 02 (2016): Cultura de Fãs

SIMÕES, P. G. Celebs: dispositivo interacional crítico?. *RuMoRes*, [S. I.], v. 13, n. 26, p. 17-33, 2019. DOI: 10.11606/issn.1982-677X.rum.2019.160049. Disponível em:
<https://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/160049>. Acesso em: 4 nov. 2023.

SOUZA, Adânia; CASTRO, Caroline; PETERSEN, Caroline; MOURA, Letícia; LEAL, Tatiana. *Celebridades da Disney: Papéis de Representatividade, Gênero e Tratamento na Mídia*. São Paulo: Intercom, 2016. Disponível em:
<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-2129-1.pdf>

SOUZA, V. V. de, & CUSTÓDIO, J. de A. C. (2005). Fotografia: meio e linguagem dentro da moda. *Discursos Fotográficos*, 1(1), 231–251. <https://doi.org/10.5433/1984-7939.2005v1n1p231>

SOUZA, V. V. de; CUSTÓDIO, J. de A. C. Fotografia: meio e linguagem dentro da moda. *Discursos Fotográficos*, [S. I.], v. 1, n. 1, p. 231–251, 2005. DOI: 10.5433/1984-7939.2005v1n1p231. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/discursosfotograficos/article/view/1474>. Acesso em: 25 set. 2023.

SULEMAN, D.; SUYOTO, Y. T. ; PRASETIO, T. How brand ambassador and trust on consumer purchase decisions of fashion products in the digital era. *Journal of Economics and Business Letters*, [S. I.], v. 2, n. 4, p. 10–13, 2022. DOI: 10.55942/jeb.v2i4.171. Disponível em:
<https://journal.privietlab.org/index.php/JEBL/article/view/171>. Acesso em: 17 nov. 2023.

TAVARES, Frederico e PRADO, Denise. Uma viagem no tempo: nostalgia e memória numa edição da Trip. Itajaí: Vozes & Diálogo, v. 16, n. 01, jan./jun. 2017. Disponível em:
https://www.repositorio.ufop.br/bitstream/123456789/10720/1/ARTIGO_ViagemTempoNostalgia.pdf

VIEIRA Thaina. Moda na Baixa Idade Média. *Em Veredas da História*, v. 13, n. 2, p. 8-36, dez., 2020, ISSN 1982-4238

VIEIRA, Thaiana. Moda Na Baixa Idade Média: Linguagem, Consumo, Poder E Controle Pelas Leis Suntuárias. *Veredas da História*, [online], v. 13, n. 2, p. 8-36, dez., 2020, ISSN 1982-4238

WATERMAN, Lauren. 2015 Is the Year of Zendaya: Her Show, Her Album, Her Killer Confidence. *Teen Vogue*, 2015. Disponível em:

<https://www.teenvogue.com/gallery/zendaya-coleman-interview-february-2015>. Acesso em: 20 de set. 2023

WERTHEIN, Bonnie. Who Will Mourn Teen Vogue?. New York Times, 2023. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2017/11/04/style/teen-vogue-print-magazine-readers.html?searchResultPosition=10>. Acesso em 9 de nov. de 2023.

YANAZE, Mitsuru e col. Gestão de Marketing e Comunicação: avanços e aplicações. 2^a.ed. – São Paulo: Saraiva, 2011.