

**A representação do eu no filme:
O diabo veste Prada**

*The representation of the self in the film:
The devil wears Prada*

Vinícius Nogueira SILVA¹
Patrícia de Sousa FERNANDES²

Resumo

Este artigo aborda como os personagens do filme *O Diabo Veste Prada* (2006) se comportam através de representações para se relacionar no meio profissional e social. Andrea é uma jornalista recém-formada, desprovida de Capital Erótico, ou seja, sem atrativos físicos e sociais (HAKIM, 2012) em busca de emprego em Nova York. A mesma passa a trabalhar na revista de moda *Runway*, liderada por Miranda, uma referência na área e detentora de Capital Simbólico (BOURDIEU, 1989) que lhe permite uma posição de destaque e prestígio. A comédia dramática se passa no ambiente da revista, onde Andrea é contratada. Neste trabalho, o filme é associado ao Capital Simbólico, ao Capital Erótico e a Teoria da Representação do Eu na vida cotidiana (1959) de Goffman que faz um estudo dos ambientes cotidianos e relaciona a uma encenação teatral, cujo as pessoas representam em diversos aspectos da vida, seja pessoal, social ou de trabalho.

Palavras-chave: Representação do eu. Capital simbólico. Capital erótico. O diabo veste prada.

Abstract

This article discusses how the characters in the film *Diabo Veste Prada* (2006) behave through representations to relate in the professional and social environment. Andrea is a newly formed journalist, devoid of erotic capital, that is, without physical and social attractions (HAKIM, 2012) looking for a job in New York. She starts working at the fashion magazine *Runway*, led by Miranda, a reference in the area and holder of Symbolic Capital, (BOURDIEU, 1989), which allows her a prominent and prestigious position. The dramatic comedy takes place in the magazine's environment, where Andrea is hired. In this article, the film is associated with Symbolic Capital, Erotic Capital and Goffman's Theory of Representation of the Self in everyday life (1959), which makes a study of everyday environments and relates to a theatrical staging, whose people represent in various aspects of life, whether personal, social or work.

Keywords: representation of the self. symbolic capital. erotic capital. devil wears prada.

¹ Mestre em Ciências Sociais e Humanas pelo PPGCISH/UERN. Integrante do grupo de pesquisa Informação, Cultura e Práticas Sociais da UERN. E-mail: viniciusnogueiraas@gmail.com

² Mestranda em Ciências Sociais e Humanas pelo PPGCISH/UERN. Bolsista da Capes. E-mail: patriciasfernandes@live.com

Introdução

O Diabo Veste Prada (2006) é uma comédia dramática dirigida por David Frankel, é uma adaptação cinematográfica do livro (2003) que recebe o mesmo nome, da escritora Lauren Weisberger. Este artigo refere-se exclusivamente ao filme relacionando-o as teorias sociais da Representação do Eu na Vida Cotidiana de Erving Goffman, ao Capital Simbólico de Pierre Bourdieu (1989) e ao Capital Erótico de Catherine Hakim (2012), por meio do método de revisão bibliográfica associando as imagens do filme.

A obra cinematográfica em questão aborda o cotidiano de uma revista de moda, a *Runway*, liderada por Miranda Priestly (Meryl Streep), detentora de Capital Simbólico, esta usa desse poder para se impor sob os demais trabalhadores da empresa, com um comportamento arrogante, aproveitador e explorador de seus subordinados, sendo assim comparada ao diabo. Miranda faz ainda, o uso de diversos símbolos, como artigos de luxo, como, roupas, bolsas e sapatos da marca Prada que dá o nome ao filme “O diabo veste Prada”.

Andrea Sachs (Anne Hathaway) também chamada de Andy, é a assistente recém-contratada de Miranda, é o motivo de chacota para todos da empresa por não se enquadrar nos padrões da moda e estilo da firma. Então, a jornalista muda seu jeito de vestir, de se comportar e agir, para representar o papel da assistente idealizada, tornando-se portadora de um Capital Erótico e alcançando assim, um lugar mais elevado, de primeira assistente da temida líder.

Segundo Yashinishi (2020) o cinema tornou-se objeto de investigações sociológicas capaz de possibilitar análises críticas e reflexivas sobre diferentes aspectos e acontecimentos na vida em sociedade. Embora os filmes não tenham a obrigação de representar a realidade como tal, é possível fazer interpretações e ligações com muitos eventos ocorridos no cotidiano. Sendo assim, um meio capaz de interpretar, refletir e entender a vida social.

Para Paniza e Mello Neto (2015) a análise de filmes funciona como uma forma de aprender e observar comportamentos sociais através do audiovisual. Para os autores, a obra cinematográfica do diabo veste Prada, pode ter sido inspirada em uma história

real, uma vez que a jornalista autora do livro foi assistente pessoal de uma editora-chefe de uma revista de moda, a Vogue.

Esse filme traz uma contribuição para uma análise das interações e sociabilidades nas sociedades contemporâneas, pelas quais as pessoas são tratadas e julgadas pela aparência e pela imagem que passam, capaz de diferenciá-las em diferentes classes e espaços sociais. O que também ocorre no mercado de trabalho, onde há uma supervalorização da imagem e aparência, como é mostrado no filme pela personagem Andrea. Portanto, os capitais simbólico e erótico são formas de mostrar aos telespectadores, como esses poderes estão presentes na vida cotidiana.

A contribuição também é dada, quando analisadas as interações entre os personagens, que criam fachadas e desenvolvem representações de diversas situações as quais desejam passar para os outros, criam máscaras e comportamentos, muitas vezes fictícios, condizentes apenas com o estereótipo com o qual querem ser vistos, o que também ocorre em muitas situações da vida real. Portanto, são criadas fachadas para se relacionar uns com os outros. Essa é a teoria de Representação do Eu de Erving Goffman (2014) cujo as relações sociais e de trabalho são marcadas por representações e fachadas mantidas pelos atores sociais na vida em sociedade.

Este artigo aborda a forma como os personagens do filme usam a representação para se relacionar com os outros e passar a impressão de como querem ser vistos. Busca-se abordar de que maneira o capital erótico é utilizado como um “valor” no mercado de trabalho. Além de mostrar a forma como o capital simbólico está presente em forma de poder nas sociedades contemporâneas.

Associações entre o filme e o Capital Erótico

O Capital Erótico é um termo criado por Catherine Hakim que se refere a “combinação de beleza, sex appeal, capacidade de apresentação pessoal e habilidades sociais. Atrativos físicos e sociais que torna algumas pessoas companhias agradáveis e atraentes” (HAKIM, 2012, p.7). Além da beleza e sex appeal, o dinamismo e o talento para se vestir bem, o charme, as habilidades sociais e até a competência sexual fazem parte desse capital.

Figura 1- Mulheres se produzem para o mercado de trabalho



Fonte: Captura de tela. O Diabo veste Prada em YouTube. Acesso em 14 de março de 2021.

O filme traz em seu início várias cenas de mulheres se produzindo para ir ao trabalho, elas fazem o uso de maquiagens, batons, melhorias nos cílios e sobrancelhas, além da escolha de roupas, bolsas, lingerie, sapatos altos, acessórios como brincos, pulseiras, colares, anéis e outros. A atenção também é voltada para os cabelos e estéticas corporais, marcadas por personagens magras e altas. Mulheres preocupadas com aparência e beleza, práticas que se tornaram ainda mais comuns no cotidiano, desde a inserção feminina no mercado de trabalho. No filme, exceto a protagonista, Andrea Sachs, não faz o uso desses atributos para se recolocar no mercado.

Para Hakim (2012) o Capital Erótico é tão importante quanto o humano e o social e pode funcionar como um diferencial na escolha do candidato em meio a concorrência, tanto para aqueles que possuem experiências e conhecimentos, quanto para aqueles que possuem pouca qualificação, este atributo pode ser decisivo na escolha do candidato.

Pessoas atraentes são mais bem-sucedidas na vida pessoal, com a maior possibilidade de escolha de amigos, parceiros e empregos. Tem a facilidade de cativar os outros chegando mais longe, bem mais rápido. Essas pessoas se destacam, são notadas, conquistam os outros e o que querem, ou seja, possuem uma vantagem capaz de beneficiá-las em diversos aspectos da vida pessoal e profissional (HAKIM, 2012).

O filme se passa em Nova York, onde Andrea é contratada pela revista *Runway*, mas a mesma não se importa com os padrões da moda e muito menos com o estilo pessoal, sendo motivo de chacota por toda equipe, ou seja, é vista por todos, como uma brega/cafona que não sabe se vestir adequadamente.

O ponto de virada do filme ocorre quando Andrea não consegue realizar um dos pedidos de Miranda, sua chefe, sendo colocada como a maior decepção entre as assistentes que a líder já teve. Então Nigel, diretor de arte da revista diz para Andy que a mesma não está se esforçando o suficiente para ocupar o cargo. Desse modo, ela tem a ideia de mudar completamente seu visual para surpreender a chefe e com a ajuda de Nigel decide mudar sua aparência, modificação que passa a não ser apenas estética, mas também de comportamento.

Figura 2- Mudança de visual, estilo e comportamento de Andrea



Fonte: Google Imagens. O diabo veste Prada. Acesso em 14 de março de 2021.

Andrea passa a usar roupas mais curtas, mais justas ao corpo e decotadas, lingerie sexys que valorizem seu corpo e lhe dão mais confiança. Além de conseguir realizar todos os desejos e mandados de sua chefe, pois incorpora o papel de sua assistente, dedicada e que aparentemente ama o que faz. Passa a conhecer tudo sobre o mundo da moda e suas principais referências. Tornou-se uma mulher sexy, sedutora e compromissada com o seguimento da moda.

Hakim (2012) aponta que o Capital Erótico é composto por seis elementos que podem ser usados e combinados como uma forma de obter sucesso na vida pessoal, social e profissional. O primeiro deles é a beleza, correspondente especialmente ao rosto, no qual são considerados os traços, a simetria entre as partes do face, como olhos, boca, nariz, além da simetria do rosto com o corpo. Até mesmo o tom de pele é levado em consideração, nesse elemento. O segundo é a atratividade, relacionada ao corpo, ou seja, um corpo sexy, aos gestos pessoais, a forma como a pessoa se movimenta, fala ou

se comporta. Algumas partes do corpo são mais valorizadas por algumas sociedades, podendo assim diferenciar o padrão de cada país.

Já o terceiro elemento está ligado ao social, corresponde a graça, ao charme, as formas de interação, como se relacionam com outras pessoas, a capacidade de gerar interesse dos outros e de deixá-los à vontade. O quarto corresponde ao dinamismo, uma mistura de boa forma física, boa energia e bom humor. Para a autora, a simpatia funciona como um dos grandes atrativos desse capital, o bom humor e a realização de atividades vistas como atraentes, como saber dançar, fazer esportes, etc.

O quinto diz respeito a forma de apresentação pessoal, como estilo de vestir, maquiagem, cortes de cabelos e penteados, perfume, joias e outros adornos que compõem a identidade e o estilo da pessoa. Sabendo inclusive qual estilo de roupa usar em cada momento ou local, de forma a demarcar status e poder social. O sexto elemento refere-se à sexualidade, considerada pela competência sexual, a energia da pessoa, a capacidade de gerar imaginação erótica aos outros. Para Hakim (2012) pessoas sexualmente satisfeitas, são mais bem-humoradas, entusiasmadas e tem uma melhor energia social.

Conforme Hakim (2012) esse capital pode ser uma característica conquistada, adquirida por meio de novas habilidades, formas de se apresentar e ter estilo. É justamente o que ocorre no filme, a personagem Andrea, passa a fazer o uso desses elementos, como uma forma de representar seu papel de assistente, passando a ter estilo, como uma nova forma de se vestir e se portar, emagrecendo, usando um novo corte de cabelo, fazendo o uso de roupas mais sexys e atraentes, ela passa a usar maquiagens e saltos altos, o que muda seu modo de andar, entre outras características estéticas.

Associações do filme com o Capital Simbólico

Bourdieu (1989) defende que a vida em sociedade é composta por disputas entre as classes sociais. As práticas cotidianas e símbolos funcionam para demarcação de poder e status social, adquirem sentido a partir dos sistemas simbólicos aos quais entram em contato, ou seja, as pessoas buscam designar sua função social, se diferenciar e se sobrepôr as outras a partir de símbolos que dão sentido à vida cotidiana.

Então o autor criou o conceito de Capital Simbólico para caracterizar um prestígio, “um poder o qual só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que não

querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo que o exercem” (BOURDIEU, 1989, p.8). Uma forma de poder atribuído a uma pessoa, ou a um grupo que detém poder social, caracterizado por diversos símbolos capaz de representar esse poder.

O poder simbólico está presente no filme em diversas ocasiões, principalmente associadas a Miranda Priestly. Diferentes cenas em que Andrea está presente nas regiões de fundo várias pessoas repetem a mesma frase: “milhões de garotas se matariam por esse emprego”. Percebe-se então, a influência de Miranda Priestly, no mundo da moda e da comunicação. Influência essa ligada ao reconhecimento, ao prestígio e ao poder que é marcado pelo conjunto de símbolos, etiquetas e protocolos, conceituado de Capital Simbólico (BOURDIEU, 1989).

Figura 3 - Vestimentas de Miranda



Fonte: Google Imagens. O Diabo veste Prada. Acesso em 14 de março de 2021.

Símbolos que são marcados no filme, pelo uso de carros luxuosos, roupas, sapatos e bolsas de marcas milionárias, como Prada, Dior, Yves San Laurent, Valentino, entre outras, acessórios de ouro, como brincos, colares, pulseiras, anéis, relógios e óculos. Símbolos marcadores do consumo e do status social dos indivíduos nas sociedades contemporâneas, no qual as pessoas são sentenciadas pelos bens que possuem e não pelo que realmente são (BOURDIEU, 2004).

Capital Simbólico representado pelo poder simbólico possuído por Miranda, exibido em diversas cenas do filme, quando tinha a porta do carro aberta pelo motorista, os elevadores e corredores liberados para sua passagem sempre que chegava a empresa,

os trabalhadores faziam suas ligações, resolviam seus problemas relacionados ao trabalho, como também os de cunho pessoal, serviam-lhe refeições, estendiam seu casaco e bolsas no cabide ao recebê-la.

Este Capital faz de Miranda superior aos demais trabalhadores da *Runway*, expondo opiniões tidas como verdades absolutas. Ademais explorando os funcionários da empresa. O simbolismo também é marcado pelos ambientes, onde ocorrem as cenas, bem como, a empresa, a estrutura e decoração do próprio prédio, escritórios, computadores da marca *Apple* e as cidades de Nova York e Paris, remetem a grandes centros urbanos em que se passam a história.

Associações do filme com a teoria da Representação do Eu na Vida Cotidiana

A Representação do Eu é uma teoria criada por Erving Goffman (2014), corresponde a forma como as pessoas querem ser vistas pela outras, portanto, para o autor, os indivíduos sempre utilizam de representações para se mostrar às outras com as quais convivem. Ou seja, as pessoas representam na vida em sociedade em especial nas relações de trabalho. Sendo assim comparada a vida social a uma encenação teatral. O filme é marcado por diferentes representações dos seus personagens no ambiente de trabalho que não condizem com a vida pessoal, muitas vezes sendo representações contraditórias.

Nessa teoria, a primeira impressão é fundamental para guiar como será o contato entre os atores sociais, seja pela aparência e pela conduta tomada pelos indivíduos, como uma forma de manter a fachada social ou situação que deseja passar (GOFFMAN, 2014).

Andrea é uma jovem jornalista recém-formada, mora com o noivo cozinheiro e está em busca de emprego em Nova York, dessa forma depara-se na revista *Runway*, a qual não possui informações prévias, pois ver a moda como algo fútil e supérfluo, não conhece, portanto, um dos nomes icônicos desse mundo, a CEO da revista, Miranda Priestly.

A partir disso, Goffman (2014) explica que é fundamental obter informações antecipadas a respeito do indivíduo que irá se relacionar, isso serve para definir a situação, como uma forma prévia de como deve se comportar e de como será tratado. Independente dos objetivos dos envolvidos, a conduta deve ser regulada para causar a

impressão desejada. O que não ocorre com Andrea, pois além não ter informações prévias da empresa, muito menos da SEO, ainda se veste sem se importar com as marcas e padrões impostos pela indústria da moda, fundamentais para sua aceitação neste ambiente, ou seja, negligência do Capital Erótico. “O valor social e econômico desse capital é destacado no que pode ser descrito como profissões de entretenimento, mas também se aplica a todos os contextos sociais” (HAKIM, 2012, p.22).

Emily, primeira assistente da Miranda, questiona Andrea sobre a sua presença na revista e esta responde que foi para entrevista, então Emily se choca, pois Andy não faz o perfil de assistente. Assim segue-se um padrão e todos na empresa tem a mesma reação de desprezo pela aparência da jovem, tratando-a como algo estranho, representado por diversos diálogos, como: “O que é isso?”, “O que é essa coisa?” para se referir a Andrea. Inclusive é tratada desta maneira pela Miranda.

Mesmo diante dessa circunstância, Andy é contratada, nesse caso por ser uma exceção à todas as assistentes que passaram pela CEO, esta não tinha muitas informações sobre a entrevistada, então diante de sua aparência e seu discurso sobre suas experiências acadêmicas exitosas traça o estereótipo e decide contratá-la. Prática mencionada por Goffman (2014), no qual estereótipos não comprovados são aplicados de forma a caracterizar pessoas pela aparência e conduta de situação já vividas com pessoas parecidas.

Como já mencionado, as relações sociais se dão através de representações que são mantidas através da *fachada*, é “o equipamento expressivo de tipo padronizado intencional ou inconscientemente empregado pelo indivíduo durante a representação” (GOFFMAN, 2014, p.34). A fachada subdivide-se em cenário, aparência e maneiras.

O cenário corresponde a mobília, decoração e elementos do ambiente criando o pano de fundo da interação humana. Já a aparência diz respeito aos estímulos que indicam o status social do indivíduo. Enquanto a maneira é o impulso que ajuda a informar sobre o papel que as pessoas vão desempenhar em determinadas situações.

Figura 4- Funcionários da *Runway*, organizam tudo pra chegada da chefe



Fonte: Captura de tela. O Diabo veste Prada em YouTube. Acesso em 14 de março de 2021.

Esses elementos são retratados no filme através da entrada de Miranda na empresa, onde a correria dos funcionários toma de conta do local, o qual precisa ser organizado, logo as mesas são arrumadas e o ambiente é limpo, ações correspondentes ao cenário. Já os trabalhadores mudam sua aparência, calçando saltos altos, maquiando-se e performando um padrão desejável a um ambiente de trabalho. A maneira pode ser vista através de ações como, liberar o ambiente como elevadores e corredores para passagem de Miranda pela empresa e pelas formas de sentar e se portar dos funcionários na presença da chefe.

Goffman (2014) aponta que a representação se dá através do contato entre as equipes, caracterizadas por um ou vários atores sociais, característica, presente em todo o filme, seja pelas representações individuais ou coletivas. Remetendo a cena citada acima, da entrada de Miranda à empresa, percebe-se claramente a formação de uma equipe composta pelos funcionários da *Runway*. Estes utilizam uma frente unida para tratar com a CEO, marcada pela familiaridade entre eles. Essa intimidade entre os membros do grupo é vista quando o motorista da Miranda, avisa aos funcionários da empresa sempre que haverá um atraso ou adiantamento na chegada dela ao escritório.

Goffman (2014) acrescenta ainda, a existência da região de fundo, onde a representação é retirada e o ator pode descontraír, ou seja, os bastidores, no qual a interpretação não precisa ser mantida. No filme, ocorre situações em que Andreia se encontra com seus amigos, em restaurantes e conversam sobre assuntos inadequados para serem ditos em regiões de fachada, como brincadeiras sobre Andy ser contratada por uma revista de moda, uma vez que ela não gosta, nem entende desse seguimento.

Na representação da editora-chefe, Miranda, é perceptível a maneira como ela mantém sua fachada, pelas características físicas, vestuários e aparência além dela fazer o uso muito bem feito da realização dramática, correspondente a autoexpressão, gestos corporais, expressões faciais, como meios de transmitir as qualidades e atributos pretendidos pelo ator social (GOFFMAN, 2014).

Figura 5 - Miranda dá ordens a Andrea



Fonte: Google imagens. O diabo veste Prada. Acesso em 14 de março de 2021.

Goffman (2014) também trata da comunicação imprópria, referente a forma de comunicação incompatível com a impressão oficialmente mantida durante a interação. Uma delas é o tratamento dos ausentes, ocorrida nos bastidores, no qual uma equipe deprecia outra. Andrea faz o uso desse elemento sempre que está na presença do namorado, utilizando o termo “*clack, clack*” referindo-se ao barulho dos saltos de todas as funcionárias da *Runway*, emitidos ao receber a Miranda. O uso desse termo faz perceber que ela não quer fazer parte do grupo e muito menos pertence ao mesmo, sentimento recíproco entre os membros e a nova assistente.

Goffman (2014) destaca algumas técnicas da manipulação da impressão, porém para utilizar esses artifícios precisa-se conhecer os tipos de rupturas que podem acontecer na representação, como as gafes, ocorridas quando uma pessoa age sem querer ou fala algo que pode destruir a sua imagem. No filme, isto pode ser mostrado na cena em uma das reuniões de editorial de moda, no qual todos os estilistas e componentes da *Runway* estão muito bem vestidos conforme o padrão estético e Andrea está com suas roupas “cafonas” e fora de moda. Então, uma das estilistas aponta que

está em dúvida entre dois cintos para realização das fotos da revista, logo Andy tem um gesto involuntário, o dá risada, e logo é questionada pelo motivo do riso, ela diz não ver diferença entre os cintos, pois não entende desta “coisa”, referindo-se a moda. O que chama a atenção de todos. Assim Miranda a humilha, chamando-a de cafona, brega e lhe diz o que é moda e qual a sua importância. Outras gafes menores também são cometidas por Andy por não conhecer e não saber pronunciar os principais nomes da moda e marcas mundiais.

Também há os papéis em que cada ator e sua equipe desenvolvem com relação a função tendo, “aqueles que representam, aqueles para quem se representa e os estranhos que nem participam do espetáculo nem o observa” (GOFFMAN, 2014, p.159). Existem também os atores possuidores de informações destrutivas para a representação do seu ou de outro grupo, estes exercem papéis discrepantes. O exemplo que interessa ao presente artigo é a *não pessoa*, são “indivíduos que desempenham este papel estão presentes durante a interação, mas, sob certo aspecto não assumem o papel nem de atores nem de plateia, em pretender ser o que não são” (GOFFMAN, 2014, p.166).

Emily tem a função de todos os dias entregar o livro piloto da revista na casa de Miranda, após o expediente, revelando assim a confiança da chefe na assistente. Finalmente a CEO deposita este sentimento em Andrea, esta tem que seguir as coordenadas de Emily, necessariamente ser invisível na entrega do livro. Porém mais uma gafe é cometida, a invasão da privacidade de temida líder, que estava em uma discussão com o marido, ou seja, sem a representação comum usada na empresa.

Ao passar a se importar com o este mundo (moda), com a *Runway* e a Miranda, Andrea não percebe que sua representação feita no trabalho está invadindo sua vida pessoal, mesmo que seus amigos e parentes alertassem para a mudança de comportamento, ela não acreditava ou dizia não ter escolha, enfraquecendo esses laços.

Goffman (2014) aponta que ao representar, o indivíduo pode desempenhar duas situações extremas, uma no qual o ator está inteiramente compenetrado no papel desenvolvido, ou seja, acredita que aquilo encenando é a realidade, sendo intitulado de sincero, e o outro extremo é quando o ator não está completamente compenetrado na atuação, sabe que aquela é apenas uma situação de encenação e não a sua realidade, sendo intitulado de cínico.

Essas duas representações citadas acima pelo autor, estão presentes na personagem Andrea. Quando a mesma é contratada e começa a trabalhar, ela representa

sabendo que é apenas um papel desempenhando naquele ambiente e não é sua realidade. Mas a partir do momento que começa a incorporar a assistente idealizada, ela passa a acreditar no papel e este passa a fazer parte da sua vida. Então, Andy se perde e passa a crer nessa realidade, priorizando o profissional em detrimento do pessoal.

A partir das transformações passadas por Andrea, seu entorno também começa a mudar, a jornalista passa a ser elogiada pela chefe e pelas colegas de trabalho, consegue uma promoção, substituindo a Emily, como primeira assistente da CEO, sendo escalada para semana de moda de Paris, evento tão sonhado pela colega (Emily), sendo até cortejada por um renomado escritor e jornalista, Christian Thompson, a qual chega a se relacionar por uma noite em Paris.

Na semana de moda na capital francesa, Andrea vê Miranda chorando no hotel por assuntos particulares, então a chefe lhe conta de seus problemas pessoais. Ao dormir com Christian Thompson, Andy descobre através dele que Miranda seria substituída na *Runway* por sua rival Jacqueline Follet e corre para contar o segredo a sua chefe. Ao informar à CEO, ela já sabia de tudo e já havia resolvido uma maneira de se manter como editora-chefe, chantageando o dono da empresa.

Goffman (2014) aborda que um dos problemas de muitas representações é o controle da informação, ou seja, uma equipe, deve guardar seus segredos para que a representação não seja fracassada. São diversos tipos de segredos mencionados pelo autor, um deles é o “segredo depositado em confiança”, esse é justamente o tipo que foi mencionado acima, quando a Miranda desabafa com a assistente, supondo a confiança de que o segredo seja guardado por parte da ouvinte.

Outros tipos são os “segredos indevassáveis que consistem em fatos relativos à equipe que está conhece e esconde, sendo incompatíveis com a imagem de si mesma que procura manter diante do seu público” (GOFFMAN, 2014, p.156). Há ainda os segredos estratégicos, correspondentes as intenções de uma equipe e que devem ser mantidos ocultos até que planejado ocorra, esse tipo de segredo acontece na outra cena mencionada, quando Andy descobre pela boca de terceiros da possível demissão de sua chefe, informação que já havia sido vazada e acabou chegando aos ouvidos da CEO, a prejudicada na informação sigilosa.

Próximo ao término da semana de moda, Miranda fala para Andy, o quanto elas são parecidas, são mulheres ambiciosas e competentes. Pois o mesmo que a CEO fez para se manter na direção da revista, Andrea também foi capaz de fazer, aceitando

substituir o lugar da assistente Emily, na semana de Paris, evento tão sonhado pela colega. É neste momento que cai a ficha de Andrea, esta percebe que seus amigos e familiares estavam certos quando tentaram lhe avisar de sua ambição pelo emprego. Então Andrea desiste do cargo na *Runway* e abandona a chefe no caminho de um dos eventos finais, recebendo várias ligações da CEO para lhe dar assistência e jogando seu celular em uma fonte, dando um fim a relação entre as duas.

Figura 6 - Andy recusa as ligações de Miranda e joga o celular na fonte



Fonte: Google Imagens. O diabo veste Prada. Acesso em 15 de junho de 2021

No desfecho do filme observa-se a dualidade na decisão de Andrea de continuar como assistente da Miranda, tendo um futuro promissor ou priorizar sua vida pessoal, a qual se encontra praticamente destruída. Neste momento, Andy percebe a forma como a chefe lida com seus atos, sempre priorizando o trabalho em detrimento dos seus amigos e família. Assim, o comportamento da CEO, não apresentando remorso, depois de sacrificar o futuro de seu colega de trabalho, Nigel, para se manter na direção da *Runway*, enfatiza sua personalidade diabólica mostrando sua representação, além do mundo profissional.

Diante dessa situação, Andy nota os malefícios desse caminho, de continuar abdicando de sua vida pessoal, ruindo a sua relação com seus amigos, seu namoro havia sido rompido, sua colega de trabalho havia sido traída e todos esses transtornos ao seu redor foram consequências de suas ações. Quando até o momento tudo era justificado

pela própria Andrea ao dizer que não tinha escolha. Todas essas atitudes foram resultado da simbiose entre sua representação e personalidade.

O filme termina quando Andy retorna para Nova York ao encontro de seu namorado, Nate, lhe pede desculpas e então reatam o namoro, além de ser admitida para ser jornalista em um jornal, o “The New York Mirror”, com boas indicações de sua ex-chefe, Miranda Priestly.

A manutenção de poder da Miranda, visualizada na permanência da mesma no cargo de direção da *Runway*, chama a atenção para a incessante busca de poder, sendo associada ao poder simbólico das pessoas nas sociedades capitalistas, o que torna os indivíduos cada vez mais individualistas, na luta pelo status social e econômico e fechando os olhos para situações rotineiras, inerentes ao ser humano: a importância para com o próximo e a empatia.

Considerações finais

Através do filme o Diabo Veste Prada, pode-se perceber que nas sociedades contemporâneas, cada vez mais a aparência ganha importância em diversos âmbitos da vida, do seguimento pessoal ao profissional. O que faz com que o indivíduo seja aceito ou negado em um grupo social através da imagem transmitida. Logo, as formas de vestir estão cada vez mais associadas as identidades e a forma como a pessoa será interpretada.

No mercado de trabalho principalmente, existe um apelo a uma boa imagem e a aparência passada pelas pessoas, como é retratada no filme através da personagem de Andrea, pois a partir do momento que muda seu estilo e seu comportamento, passa a ser aceita e admirada pelo grupo de trabalho. Visto aqui pelo conceito do Capital Erótico, um conjunto de atributos físicos e sociais capaz de ajudar as pessoas a se destacarem no mundo profissional e pessoal, atributo construído pelas pessoas através do investimento na beleza e aparência.

O capital simbólico também mostra como algumas pessoas são referências em determinadas áreas, o que é capaz de dar lugar de prestígio e respeito, como é o caso de Miranda no mundo da moda, vista como o diabo, por sempre impor suas opiniões e desejos a todos ao seu redor. Símbolos também estão presentes no modo de vestir, nas marcas e nos ambientes que se passam as cenas do filme.

Já a representação do eu, é uma forma de mostrar como a vida social é semelhante a um teatro da vida real, no qual as pessoas assumem diferentes papéis, buscam manter uma fachada daquilo que almejam passar e representam em todos os âmbitos da vida social e profissional, comportamentos mostrados no filme pelas interações entre os personagens.

Referências

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Berthand Rio de Janeiro. 1989

BOURDIEU, Pierre. **A produção da crença**: contribuição para uma economia dos bens simbólicos. Zouk. São Paulo. 2004

BOURDIEU, Pierre. **A distinção**: crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp; Porto Alegre, RS: Zouk, 2007

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. 20 ed. Vozes. Petrópolis, RJ, 2014.

HAKIN, Catherine. **Capital erótico**: pessoas atraentes são mais bem-sucedidas. A ciência garante. Best Business. Rio de Janeiro, 2012.

FANKEL, David. **O diabo veste prada**. Fox 2000 Pictures Dune Entertainment, EUA, 2006.

PANIZA, M. D. R.; MELLO NETO, G. A. R. O diabo veste prada – e é minha chefe: resenha fílmica sobre sofrimento no trabalho. **Farol – Revista de Estudos Organizacionais e Sociedade**, Belo Horizonte, v. 2, n. 5, p. 1178-1205, 2015. Disponível em <https://revistas.face.ufmg.br/index.php/farol/article/view/3126/2462> Acesso em 12 de maio de 2021.

YASHINISHI, Bruno José. O uso de filmes em aulas de Sociologia. **Revista Perspectiva Sociológica, Rio de Janeiro** n.º 25, p. 27-35. 2020. Disponível em <http://cp2.g12.br/ojs/index.php/PS/article/view/2697> Acesso em 12 de maio de 2021.