

Fashion e Cinema: Um Olhar sobre a Feminilidade nas Telas¹

Luziangela Cristina de Sousa Lima²
Viviane Menna³
Faculdade Estácio do Pará, Belém, PA

Resumo

O cinema é rico em personagens estilosos. O figurino não é apenas um vestuário, mas uma linguagem. Na Era de Ouro de Hollywood, o vestido da atriz era suficiente para transmitir o caráter da personagem. Daí o cuidado da produção com a indumentária de Marilyn Monroe em “Os Homens Preferem as Loiras”: evitar que uma atriz considerada sexy se tornasse vulgar. Por isso também os executivos preferiram substituí-la por Audrey Hepburn em “Bonequinha de Luxo”. No papel de Holly Golightly, Audrey atendeu às expectativas da produção de conferir um certo ar sofisticado à personagem. Mais de cinquenta anos depois, as duas atrizes continuam a ser referências em matéria de estilo para mulheres do mundo inteiro.

Palavras-chave

Moda, Cinema; Hollywood, Atrizes, Estilo

Introdução

“Uma mulher bem vestida, mesmo tendo a carteira vazia, pode conquistar o mundo”. Louise Brooks proferiu a frase ainda nos anos 20 mas o adágio continua verdadeiro quase um século depois (LE BRIS, 2014).

Desde o nascimento da sétima arte que atrizes são sublimadas no ecrã pelos maiores estilistas do mundo inteiro. O primeiro deles foi o francês Jean Patou. Considerado o primeiro grande modista das estrelas hollywoodianas, Patou preparou o figurino de Brooks para os filmes “Prix de Beauté” e “Pandora's Box” (AZOURY, 2002).

Mas a moda teve que esperar até o final dos anos 40 para se tornar um negócio lucrativo. Para isso mais uma vez apelou para o cinema, com atrizes sendo o principal vetor de difusão de novas tendências que surgiam a cada ano. À medida que o “prêt à porter” invadia o ecrã, as atrizes também se liberavam das criações mais invasivas e optavam por estilos mais adaptados à sua personalidade (BLACKMAN, 2013).

1. Trabalho apresentado na Divisão Temática de Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior, XI Jornada de Iniciação Científica, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.
2. Estudante de Graduação do Curso de Graduação em Jornalismo da Faculdade do Pará, e-mail: luziangelalima@gmail.com.
3. Orientadora do trabalho. Professora da Faculdade Estácio do Pará, e-mail: vivimenna@uol.com.br.

Assim, enquanto Audrey Hepburn tornava-se a nova embaixadora de Givenchy nos anos cinquenta, Ingrid Bergman trocou o glamour pelos modelos práticos de Fernanda Gattinoni, no cinema neo-realista de Roberto Rossellini, Lauren Bacall impôs o *tailleur* “New Look Dior”, e Catherine Deneuve o estilo burguês chique.

“Fashion e Cinema: Um Olhar sobre a Feminilidade nas Telas” retrança a história de colaborações míticas, através de um retrato das atrizes que anteciparam estilos, lançaram modas e até hoje continuam a ser ícones de elegância.

Ao longo do trabalho será observado que em algumas vezes um filme mudou comportamentos, e uma vez a revolução feita tornou a atriz a principal porta-voz da nova tendência, como aconteceu com Brigitte Bardot ou Audrey Hepburn. Em outros a morte ou afastamento das câmeras não foram suficientes para conter um estilo que continuou a ser copiado mesmo que com adaptações ao século XXI. Por último, que a moda não é apenas um movimento como também um estado, uma atitude, como mostrado no filme “The Brekfast Club”.

Para a elaboração do artigo optou-se por uma pesquisa qualitativa, exploratória e descritiva. Por ser um tema pouco estudado no Brasil recorreu-se a livros ou artigos estrangeiros, principalmente franceses, americanos e ingleses com recorte que vai dos anos cinquenta a oitenta, abordando os principais filmes e artistas fundamentais para a evolução da moda neste período, em uma breve análise que incluirá as atrizes Marilyn Monroe, Audrey Hepburn, Grace Kelly, Brigitte Bardot, Julie Christie, Faye Dunaway e Jane Fonda.

Breve História da Moda

A década de 1950 foi um divisor de águas na história da moda. Jornais do mundo inteiro, mesmo os mais famosos, não eram completos se não tivessem uma editoria de moda, um crítico e matérias frequentes sobre o assunto. Reportagens sobre o tema, por muito tempo restritas a revistas especializadas, passaram a ser procuradas por um público mais vasto, e, conseqüentemente, as tendências se transformavam no mecanismo dinâmico que guiava as vendas (REED, 2014).

O advento de tecidos de fácil manuseio e sistemas de produção em massa, permitiram que milhões de mulheres comuns, de qualquer lugar do globo, tornassem-se as mais bem vestidas do mundo. A moda emergia dos salões sofisticados exclusivos para ricos e nobres e explodia nas ruas. Clientes de todas as idades e classes sociais mergulhavam na nova era

iniciada após anos de privações da guerra. As viagens internacionais tornaram-se mais comuns, embora não para todos (WAQUET, 2014).

Também foi nos anos 1950 que se observou uma mudança demográfica com a predominância de adolescentes, impondo uma nova ordem. Seus ídolos vinham da cultura pop: Elvis Presley, Bill Haley e Jerry Lee Lewis, na música; e James Dean e Marlon Brando, no cinema. Estes jovens começaram a escolher o que vestir para se expressar e encontraram na moda um terreno fértil para explorar o símbolo de sua identidade, marca de pertencimento e diferenciação. Das tribos surgidas na época duas se destacaram entre seus contemporâneos: a dos greasers e a dos preppies. Ambas eram círculos fechados, com regras próprias, seguidas fielmente pelos membros que as integravam (HOWELL, 1978).

As duas eram diferentes entre si mas comungavam do mesmo sentimento de rebeldia contra o sistema de valores conservador que imperava na época. Os “greasers”, referência ao uso excessivo de gel nos cabelos dos rapazes, eram jovens oriundos da classe operária americana. Normalmente vestiam jeans e andavam de motocicleta. Tiveram o modo de vida imortalizado pelo personagem de Marlon Brando no filme “O Selvagem”. Quanto aos “preppies”, nome dado às escolas preparatórias de elite nos Estados Unidos, eram jovens da classe média alta e eram o oposto dos “greasers” no que tange a estilo. Diferente deles, os “preppies” eram um pouco mais preocupados com a aparência (HOWELL, 1978).

O guarda-roupa das garotas dessa tribo ia das meias soquete, lenços amarrados no pescoço, saias franzidas, camisetas e suéteres com grandes apliques dos brasões de suas escolas. Como tudo era pago com o dinheiro oriundo do trabalho deles, ou da mesada dos pais ricos, foi só uma questão de tempo para que o público jovem se tornasse o sonho das agências de publicidade (REED, 2014).

A Popularização do Jeans

No final dos anos 1950 houve a popularização do jeans. O tecido já era conhecido pelos americanos há cem anos quando o empresário de origem alemã, Levi Strauss, confeccionou algumas peças reforçadas com a lona que possuía em excesso e a vendeu para os mineradores. Os trabalhadores das minas observaram que a confecção não se estragava com facilidade e tinha uma durabilidade muito maior. Era muito mais adaptada ao seu ofício devido a sua alta resistência e se tornaram muito populares no final do século XIX (REED, 2014).

Mesmo assim o “denim” teve que esperar até 1957, ano da publicação de “On the Road – Pé na Estrada”, para que se tornassem uma febre entre os americanos. Como explicou Reed (2014): “não importava que nenhum personagem do manifesto “beat” de Jack Kerouac, de fato usasse jeans. Era mais porque, com esse livro, o escritor fez nascer uma nova tendência estética americana, na qual a onipresença do denim tornou-se inevitável”.

No final da década o jeans já podia ser visto por toda a Califórnia, onde era usado tanto por mineradores quanto por garotos rebeldes às voltas com suas Harley-Davidson. Em Nova York a peça fazia parte do estilo dos heróis e intelectuais da contracultura. Na música, embora Elvis seja considerado um precursor do denim, foi Eddie Cochran quem o levou ao rock’n’roll. Como o jeans era praticamente o uniforme dos trabalhadores rurais do Mississippi, onde Elvis nasceu, ele nunca o considerou adequado para os palcos. Opinião que não era compartilhada por Eddie, provavelmente, porque o modelo não era tão estigmatizado em Minnesota, terra natal do cantor (REED, 2014).

Foi Marilyn Monroe quem deu ao jeans um ar glamouroso ao usar um nos filmes “O Rio das Almas Perdidas”, e no set de “Os Desajustados”. A França era o principal mercado europeu da Levi’s, e Brigitte Bardot era vista com frequência usando o modelo 501 (REED, 2014).

O Ingresso da Mulher no Mercado de Trabalho

Outro evento dos anos 1950 que impulsionou a popularização da moda foi o ingresso da mulher no mercado de trabalho para substituir os homens que haviam se alistado para a Segunda Guerra. Quando eles regressaram muitas mulheres que haviam experimentado pela primeira vez a independência financeira não abriram mão dos empregos para voltar ao lar e aos antigos papéis de esposa e mãe (BLACKMAN, 2013).

Todos os desafios que essas pioneiras enfrentaram na época foi retratado no filme de 1959 “Sob o signo do sexo”. Precursor de “Sex and the City”, o longa conta a batalha de três mulheres na busca pela autonomia financeira (REED, 2014).

No compasso das mudanças sociais, em 1971 Yves Saint-Laurent lançou o famoso “Tailleur-Pantalon”. Criado a partir do vestiário masculino, com o novo conceito Saint Laurent pretendia “empoderar as mulheres”. E conseguiu. Rapidamente as peças se popularizaram entre as executivas americanas e europeias. A razão do sucesso foi explicada pelo pesquisador John Molloy no livro “Women dress for success”, de 1975. Segundo ele,

um “tailleur’ de lã simples de alfaiataria, em uma cor neutra como azul marinho ou cinza-azulado em tom de ardósia, usado com uma blusa nada provocante, imita um uniforme militar, o que por si só transmite autoridade” (MOLLOY *apud* REED, 2014).

Como base para sua teoria, ele apresentava uma extensa pesquisa, segundo a qual tanto clientes como subordinados aceitavam melhor as palavras de uma mulher se ela estivesse vestida com *tailleur* do que se estivesse com roupas da moda. A teoria gerou polêmica na ocasião, mas cinco anos mais tarde, na década de 80, o conceito do “power dressing” havia sido largamente aceito pelo mundo corporativo ocidental.

O detalhe mais importante do vestuário era a ombreira, e quase nenhuma peça de roupa era construída sem ela. Em busca de uma imagem que transmitisse assertividade, riqueza e sucesso nas esferas social e corporativa, ombreiras grandes estavam em quase todos os lugares, desde casacos de alfaiataria até vestidos de noite e pijamas. Todo este glamour austero próprio transmitido por essas peças foi apresentado no filme “Uma Secretária de Futuro” (REED, 2014).

Os Turbulentos Anos 60

No final de 1950 houve uma mudança de eixo na rota da alta costura com a transferência da capital da moda de Paris para Londres. “Durante toda uma gloriosa década, até os salões parisienses estiveram no encaixo da energia gerada na capital britânica. Era a cidade das oportunidades, impulsionada pelo entusiasmo iconoclasta de sua juventude” (REED, 2014). Na América, os Estados Unidos respiravam o fragor desses novos tempos elegendo um presidente jovem que ao lado da esposa inspiravam um novo idealismo. No cinema, longas filas se formavam para ver as obras de estrelas da Nouvelle Vague, como Chabrol e Godard, enquanto a Pop Art projetava Hockney e Warhol ao status de heróis cults (AZOURY, 2002).

Paris só reconquistaria o título nos anos 1980. A cidade era um território livre para a criatividade. As passarelas refletiam a exuberância de uma época em que tudo era possível, sem freios para a imaginação.

À medida que a moda ganhava status de negócio. Os estilistas se sensibilizavam da importância de gerenciarem os próprios negócios. Como consequência o mundo fashion perdeu o ar despreocupado e tornou-se cada vez mais comercial. David e Elisabeth Manuel, Scott Crolla, Jerry Hall, Katharine Hamnett, Bruce Oldfield e Jasper Conran, foram os

maiores representantes da década marcada por uma série de eventos que impulsionaram a moda em direção ao luxo e ao romantismo.

A Moda no Cinema

Audrey Hepburn: De Sabrina a Bonequinha de Luxo

No mundo da moda, poucas parcerias foram mais bem sucedidas que as do estilista Hubert de Givenchy e da atriz Audrey Hepburn. A dupla se encontrou pela primeira vez em 1952, poucos meses depois da inauguração do ateliê de Givenchy. Quando a secretária anunciou a visita de uma grande atriz hollywoodiana, o estilista imaginou que veria entrar no seu escritório Katharine Hepburn, atriz fetiche do designer desde que assistiu a “Uma Aventura na África”. Mas ficou extremamente decepcionado quando descobriu que a senhorita Hepburn era na verdade Audrey Hepburn, e não Katherine, como pensava (SCHWAAB, 2013).

A artista tinha ido até o local para que ele preparasse o figurino do filme “Sabrina” e a princípio ele recusou alegando que o ateliê era muito pequeno e provavelmente não conseguiria concluir o material a tempo. Mas mudou de opinião quando a viu vestida com alguns modelitos que estavam na boutique (DELCROIX, 2014).

Para Givenchy *apud* Reed (2014) o sucesso da atriz em matéria de estilo é explicado pelo fato de que ela conhecia bem os pontos fortes e os pontos fracos do próprio corpo. “Uma vez ela me pediu para modificar um vestido de noite, em que os ombros ficavam expostos, para esconder a cavidade da clavícula. O que eu inventei se tornou um estilo tão famoso que o chamei de ‘decote Sabrina’”. Juntos, desenvolveram uma silhueta bem definida, com cores simples e acabamentos primorosos que caracterizaram o estilo Audrey Hepburn, definido pelo designer de sapatos espanhol, Manolo Blahnik, como o visual mais importante do século XX (REED, 2014).

Apesar do nome de Givenchy não constar nos créditos de Sabrina, pelo contrato ter sido firmado com Edith Head, o filme marcou o início de uma das mais longas parcerias nos figurinos de Hollywood. Givenchy concebeu os looks de Audrey Hepburn para “Cinderela em Paris”, “Amor na Tarde”, Bonequinha de Luxo”, “Charada”, “Quando Paris Alucina” e “Como Roubar um milhão de Dólares”. Também preparou o vestido do segundo casamento da atriz e a roupa de batizados dos filhos dela (REED, 2014).

Mas de todas as colaborações a mais significativa foi a de “Bonequinha de Luxo”. Baseado na obra homônima de Truman Capote, o longa narra a história de Holly Golightly, uma jovem ambiciosa que sonha casar com um milionário e ser uma grande atriz. Para isto troca a vida no interior pela cidade de Nova York, onde se torna garota de programa.

Dos cinco Oscars a que foi indicado, “Bonequinha de Luxo” ganhou dois: o de Melhor Canção por “Moon River” e Melhor Trilha Sonora. O mais importante foi o seu legado. O longa marcou o amadurecimento da parceria Hepburn/Givenchy. Pouco tempo depois da exibição do filme houve uma procura frenética por colares de pérolas falsas de três voltas, vestidos sem manga e óculos escuros “Ray Ban” modelo “Wayfarer RB2140” (PARIS, 1997).

Em outro ângulo ela também influenciou os padrões de beleza da época. Um analista da revista “Silver Screen” observou que ela estava “mudando a estética das garotas de Hollywood. daquelas com seios fartos e suéteres recheados para as esbeltas como um guarda-chuva” (REED, 2014).

Quando vendeu os direitos autorais para a Paramount Pictures, Truman queria a amiga Marilyn Monroe na pele de Holly. A produção pensou em Hepburn para o papel na tentativa de burlar a censura, já que ela era considerada “a menos sensual das atrizes de Hollywood”. Mas caso ela se recusasse a participar do filme convidariam Jane Fonda ou Shirley McLaine (DUMONT, 2014).

Brigitte Bardot em “E Deus criou a Mulher”

Uma das poucas atrizes europeias dos anos 1950-60 a conquistar os Estados Unidos, Brigitte Bardot teve o privilégio de ser ídolo de celebridades do calibre de Elvis Presley, Bob Dylan, Paul McCartney e John Lennon. A expressão “sex kitten” foi cunhada para descrevê-la e também por ela a indústria de cinema americano flexibilizou a censura durante a exibição de “E Deus criou a Mulher” (REED, 2014).

Para Reed (2014) Brigitte foi a encarnação do estilo despreocupado, “laissez-faire”. Em 1958 adquiriu uma propriedade em Saint-Tropez e conseguiu transformar a pacata vila de pescadores numa praia de turismo internacional. Musa do movimento de cinema francês “Nouvelle Vague”, Brigitte também popularizou acessórios de moda usados em seus filmes como: lenço de bolinhas, shorts curtos, vestidos em xadrez vichy com saia rodada, delineado gatinho e o biquíni.

Segundo Reed (2014) o biquíni foi criado pelo engenheiro francês Louis Réard em 1946, um ano após o ataque nuclear às cidades de Hiroshima. Ainda de acordo com a autora, ele o teria batizado assim em alusão ao Atol de Bikini, no Pacífico, um dos locais de teste de bomba nuclear, na esperança de que o acessório tivesse o mesmo efeito explosivo. E teve. Diana Vreeland, a editora de moda mais importante da década de 60, adorou o invento e o recebeu como “o mais importante desde a bomba atômica”. Para a revista *Click* as roupas de banho diminutas foram feitas para dar às garotas o máximo de vitamina D e, aos garotos, uma visão mais atraente” (BALLARD, 1960).

Mas, ainda que o biquíni fosse usado por Tina Leser desde meados dos anos 40, foi só quando Brigitte foi fotografada aos dezenove anos, com um, em 1953, durante o Festival de Cannes, que a peça se tornou um objeto de desejo do guarda-roupa feminino.

O traje de banho gerou reação de setores conservadores da sociedade como a Igreja Católica, que orientou os fiéis a boicotarem os filmes de Bardot, mas não conseguiu frear a popularidade das duas peças, e nem de Brigitte. Segundo Vadim (1986) o evento marcou o começo da fama da diva na França e depois no mundo.

Brigitte também foi uma das líderes do movimento “look” romântico, uma tendência que começou em 1965 quando houve uma espécie de retorno à nostalgia, ao barroco, e ao artesanal no mundo da moda.

O movimento teve três vertentes. O primeiro foi a “Flower Power”, uma mistura criativa de roupa de época, com borlas, franjas, laços e guizos. O segundo, “Mayfair”, reinventou vestidos ciganos, calças indianas, casacos afegãos adornados com pele de carneiro e bordados dourados, adaptando-os ao estilo de vida cosmopolita. Fenômeno que foi acompanhado de uma eclosão de butiques indianas e do Oriente Médio.

Finalmente, a terceira, foi a inspirada no filme “Viva Maria!”. Estrelado por Brigitte Bardot e Jeanne Moreau, o longa narra a história de duas mulheres que durante uma apresentação em um show inventam o strip-tease, no início do século XX. Amálgama de “western”, épico e comédia, “Viva Maria” foi um sucesso aplaudido em todo mundo que deu a Jeanne Moreau o Bafta de Melhor Atriz (BLACKMAN, 2013). Fora das telas, os cachos e plissados usados pela dupla na comédia retrô, foram imitados em várias partes do mundo.

O decote Bardot, outro legado da diva na moda, bem aberto revelando os ombros, é detalhe recorrente nas passarelas que assinala sua influência duradoura em matéria de estilo. Nos anos 90, durante o duelo das supermodelos Cindy Crawford e Claudia Schiffer, a segunda adotou o estilo capilar BB. Mesma cor, mesmo penteado, mesmo volume, e também o

famoso traço “eye-liner”, sobre os olhos. No início da segunda década do ano 2000, Laetitia Casta também inspirou-se na diva para vivê-la na cinebiografia do artista Serge Gainsbourg em “Gainsbourg, Vie Héroïque”. A modelo Kate Moss é outra celebridade que já se inspirou no look da musa francesa de quem emprestou o boné modernizado pelo couro (WAQUET; LAPORTE, 2014).

Marilyn Monroe em “Os Homens Preferem as Loiras”

Provavelmente nenhuma atriz foi mais influente no século XX do que Marilyn Monroe. Sua preponderância vai da literatura de Truman Capote à pintura de Andy Warhol, passando pela música de Madonna. No cinema, Marilyn inspira as jovens atrizes Lindsay Lohan e Scarlett Johansson.

As numerosas biografias e cinebiografias que se sucederam após a sua morte contribuíram para deixá-la viva na imaginação dos fãs. Uma das primeiras homenagens à diva foi feita por Andy Warhol em 1964. A série de serigrafias feitas pelo papa da Pop Art é uma das suas obras mais reproduzidas até hoje. Três anos depois a galeria Sydney Janis de Nova York reuniu numerosos artistas da tendência pop na exposição “Hommage to Marilyn Monroe”.

Um futuro glorioso para uma atriz de infância modesta e um começo no cinema não muito promissor marcado por demissões de estúdio, papéis não creditados e filmes sem muita importância, à exceção de “A Malvada”, “Niagara” e “O Segredo das Jóias”. Seu primeiro sucesso veio com o filme “Os Homens preferem às Loiras”. No longa de Howard Hawks ela se revelou uma cantora e dançarina de talento e uma atriz com “timing” cômico competente. Madonna se inspirou nele para o clipe da canção “Material Girl”.

O figurino, especialmente na cena em que canta “Diamonds are a girl's best friend”, era originalmente mais ousado, mas o estúdio ficou receoso. Segundo Reed (2014), “nas provas de roupa, os executivos vislumbraram o corpo da atriz coberto por um tecido revelador bordado e paetês e pediram a Travilla que a deixasse mais recatada”. Resultado: mesmo com luvas compridas e um vestido até o tornozelo, nascia uma “sex symbol” emblemática.

Quanto ao estilo, Marilyn aliava conforto e elegância, mixando peças masculinas e femininas: vestido de lamé, colar de pérolas e saltos vertiginosos para estreias e aparições públicas; e shorts, “saia lápis” e camisa masculina em casa. (REED, 2014)

Mais de cinquenta anos após sua morte Marilyn continua a influenciar estilistas do mundo inteiro como Gérard Darel que reeditou o suéter que ela usou no filme “O Pecado mora ao

lado” para a coleção outono-inverno 2010/2011. O designer texano Tom Ford foi outro que não resistiu ao estilo da diva e lançou uma linha de óculos de sol borboleta. Monroe também inspirou as empresas Yves Saint-Laurent a criar o look “bland-sur-blanc”, e “Nez à Nez” a lançar à fragrância “Immortelle Marilyn” (WAQUET; LAPORTE, 2014).

Em 1952, indagada por um jornalista da “Time” sobre o que usava para dormir, Marilyn respondeu: “Apenas duas gotinhas de Channel n. 5”. O suficiente para tornar o perfume um líder mundial em vendas no ramo. Em 2012 a “Dior” utilizou a atriz em uma propaganda para a marca (DEYDIER, 2012).

No campo social Marilyn foi uma precursora na luta contra o preconceito racial ao sugerir ao dono da casa noturna “Mocambo” que a cantora Ella Fitzgerald fizesse shows no local. Fato que mudou para sempre a vida da cantora. Por isso, e pela forma como exercia seu potencial erótico, é considerada não só uma pioneira do movimento de direitos civis que eclodiu nos Estados Unidos nos anos 60, como também uma figura de proa da revolução sexual (REED, 2014).

Grace Kelly, a Mais Enigmática das Loiras Hitchcockianas

Se hoje Grace Kelly faz parte do cânon hollywoodiano com certeza foi graças a Alfred Hitchcock. O diretor inglês tinha um verdadeiro fascínio por loiras misteriosas e quando viu Grace no teste do filme “Ferida”, de Gregory Ratoff, viu nela a combinação de refinamento e “sex appeal” que sempre idealizou (SPADA, 1987). “As heroínas hitchcockianas geralmente eram loiras delicadas e discretas que pareciam respeitáveis à primeira vista, mas quando despertadas pela paixão ou pelo perigo, reagiam de modo sensual, instintivo ou até mesmo criminoso” (REED, 2014).

Embora todas compartilhassem algumas características, nota-se uma evolução estilística na heroína ao longo de sua filmografia. Marlene Dietrich que foi uma das primeiras do gênero, em “Pavor nos bastidores”, era uma personagem esperta e gélida. Em contrapartida, Eva Marie Saint, em “Intriga Internacional”, era sedutora e frágil (WAQUET; LAPORTE, 2014).

Até a cor do batom era carregado de simbolismo. As heroínas de Hitchcock usavam maquiagem suave, quase imperceptível, para suavizar sua sexualidade, enquanto o batom vermelho conotava sensualidade. Como Kim Novack, que na pele da idealizada Madeleine de “Um Corpo que Cai”, usa nos lábios um batom cor-de-rosa claro que complementa o

cabelo loiro, mas na pele da imperfeita Judy está ruiva e ostenta lábios vermelhos (AZOURY, 2002).

Mas nenhuma dessas atrizes se igualou em glamour à Grace Kelly. A atriz foi uma das beldades que definiu a década de 1950. Seu visual foi criado primeiro pelo estilista Oleg Cassini e aprimorado por Alfred Hitchcock que segundo Edith Head era obcecado por fazer de Kelly “uma mescla de elegância e erotismo” (REED, 2014). Após algumas experiências, Head concluiu que a combinação de “tons pastel e branco imaculado eram os que melhor produziam o efeito desejado e fez deles a marca registrada da diva.

Apesar de criada em uma família abastada, Grace sempre evitou a alta-costura, mesmo no auge da fama em Hollywood. O fato não a impediu de encabeçar a cobiçada lista das mais bem-vestidas de 1955 ao lado da socialite Babe Paley. Suas medidas naquele ano foram usadas para criar uma linha de manequins (REED, 2014).

O Vestido de Noiva de Grace Kelly

O matrimônio da atriz é considerado o primeiro evento multimídia dos tempos modernos. Seu vestido de noiva, desenhado pela estilista Helen Rose, foi o mais caro jamais feito por Rose. A renda rosa foi feita com agulha de 125 anos de idade e adquirida de um museu. Milhares de minúsculas pérolas foram costuradas no véu. As três anáguas, detalhe que poderia parecer insignificante, também receberam atenção e foram adornadas com diminutos laços azuis. Por último, foi preciso quatro floristas para cuidarem da cauda de três metros de tule adornado de fitas (SPADA, 1987. p. 195). O vestido usado pela atriz é até hoje um dos mais copiados de todos os tempos. Por exemplo: o vestido usado por Kate Middleton, segundo os analistas de moda, foi inspirado nele (REED, 2014).

A Bolsa Kelly

Outro legado de Grace para a moda foi “A bolsa Kelly”. Segundo Reed (2014), a bolsa quadrada de mão descende dos antigos alforjes da Hermès dos anos 1930.

Produzida em pequena escala pelos artesãos da fábrica da Hermès, a bolsa ganhou status em 1956, quando a revista “Life” publicou uma foto da princesa Grace usando uma como suporte para esconder a gravidez da curiosidade dos paparazzi. “A bolsa Kelly”, como foi rebatizada pela empresa no mesmo ano, rapidamente tornou-se objeto de desejo de mulheres de estilo em todo o mundo, numa amizade que já dura aproximadamente oitenta

anos. Apesar do preço avaliado em 3,5 mil libras, a Hermès tem uma longa lista de espera de clientes de todo o planeta aguardando ansiosamente para pôr as mãos em uma.

Julie Christie

Julie Christie estreou no cinema em 1963 numa ponta do filme “O Mundo de Billy Liar”. A participação foi pequena mas suficiente para atrair a atenção dos críticos da “Vogue” que a definiram como uma das melhores surpresas do filme. Dois anos depois ganharia o Oscar de Melhor Atriz pela comédia “Darling – A que amou demais”.

Mas apesar do prêmio, o filme que lhe concedeu o lugar mais confortável na história do cinema sem dúvida foi “Dr. Jivago”. Ambientado nas estepes geladas russas, o filme usou a indumentária para captar a atmosfera de uma Rússia devastada pela guerra e dividida pela revolução e pela ideologia. O resultado foi um épico que segundo Reed (2014) continua a influenciar a moda quase cinquenta anos depois.

O longa provocou um verdadeiro burburinho na época. John Fairchild, editor da “Women’s Wear Daily” empreendeu uma verdadeira cruzada para derrubar a minissaia e reintroduzir a moda do maxicasaco, depois de ter sido arrebatado pelo guarda-roupa aristocrático da personagem Lara, interpretada por Julie Christie. O uniforme militar, que substituiu a indumentária elegante na segunda metade do filme, também foi referência de moda muito popular e duradoura (REED, 2014).

A frase que melhor resumiu o impacto de Julie na moda foi feita pela “Vogue” em 1967: “O que Julie Christie veste tem maior impacto na moda do que todas as roupas das dez mulheres mais bem vestidas juntas” (HOWELL, 1978)

Faye Dunaway

Marco no cinema hollywoodiano por quebrar vários tabus cinematográficos como sexo e violência, “Bonnie e Clyde” revigorou os filmes de gângsters dando uma áurea de glamour à história do casal de delinquentes. Na moda, a “Bonnie Parker” de Faye Dunaway repopularizou as saias mídi a ponto de fazer as recém-inventadas minissaias parecerem um artigo ultrapassado (FRIEDMAN, 2000). Êxito que surpreendeu até a própria figurinista Theodora van Runkle, devido uma querela com a atriz na época.

De acordo com Reed (2014), achando que precisaria de algo confortável para entrar e saltar de carros em fuga, Faye queria que sua personagem Bonnie Parker usasse calças, enquanto Theodora pensou em um guarda-roupa mais glamouroso.

Formado por saias longas, boinas e jaqueta curta, as roupas de Bonnie eram fluidas, práticas e fáceis de serem guardadas. Perfeitamente adequadas à rotina de fugas da dona. Runkle lembra que Dunaway precisou ser convencida de que a escolha dela era a mais correta para o evento. “Ela pensou que eu estava querendo enfiá-la”, revelou a um crítico de moda (REED, 2014).

Jane Fonda

Kenneth Cooper desenvolveu a ginástica aeróbica para o treinamento de astronautas. Mas foi Jane Fonda que a popularizou na década de 80 ao lançar a série de exercícios oficial “Jane Fonda Workout”. Antes de conhecer a aeróbica a atriz mantinha a forma com aulas de balé que ela teve de abandonar ao se machucar no set de “Síndrome da China”. Seu primeiro vídeo de exercícios lançado em 1982 vendeu um milhão de cópias, tornando Jane Fonda uma empresária no ramo (AZOURY, 2002).

Para atender ao novo nicho de mulheres obcecadas pela saúde e bem-estar, academias de ginástica e de equipamentos semelhantes eclodiram ao redor do globo e com ela uma nova moda. Bermuda de ciclista, bandana, blusão de moletom e polainas viraram roupa para usar nas ruas. A lycra, até então uma fibra conhecida apenas por fabricantes de meias e lingerie, transformou-se em uma megamarca global do seu fabricante, DuPont (REED, 2014).

CONCLUSÃO

Moda e cinema sempre andaram de mãos dadas. Não só como reflexo de uma época mas também como uma linguagem, uma forma de expressão em um filme. Às vezes sua intenção era apenas transmitir a personalidade de um personagem. Nesse caso os exemplos mais emblemáticos são os das heroínas hitchcockianas: as protagonistas de boa índole usavam maquiagem suave enquanto as vilãs tinham uma imagem um pouco mais erotizada. Detalhe que poderia ser expresso apenas por um batom de tonalidade mais forte. A maneira como essa expressão era utilizada ora quebrava padrões como aconteceu com Audrey

Hepburn em “Sabrina” ora introduzia um novo comportamento como ocorreu com Brigitte Bardot em “E Deus criou a Mulher”.

Com a ajuda do cinema, a moda também lançou tendências e para isso contou com a contribuição despreziosa das atrizes que romperam códigos, mudaram comportamentos e à sua maneira contribuíram para que as mulheres tivessem um espaço um pouco mais confortável na sociedade.

REFERÊNCIAS

AZOURY, Philippe. **Fantômas: Style Moderne**. Paris: Editions Yellow Now, 2002.

BALLARD, Bettina. **In my Fashion**. New York: David McKay Company, 1960.

BLACKMAN, Cally. **100 Ans de Mode**. Paris: La Martinière, 2013.

DEYDIER, Catherine. 1954, N° 5 DE Chanel. **Le Figaro**, Paris, 30 jul. 2012. Disponível em: <http://madame.lefigaro.fr/beaute/1954-n-5-de-chanel-300712-271656>. Acesso em: 22 jun. 2015.

DELCROIX, Olivier. Audrey Hepburn, éternel diamant célébré par Hubert de Givenchy. **Le Figaro.fr**. Disponível em: <<http://www.lefigaro.fr/cinema/2014/05/04/03002-20140504ARTFIG00058-audrey-hepburn-eternel-diamant-celebre-par-hubert-de-givenchy.php>>. Acesso em: 17 mar. 2015.

DORMOY, Géraldine. Les Films bien Sapés. L'Express. Disponível em: http://www.lexpress.fr/styles/tendances/la-mode-dans-le-cinema_1299455.html#j7kCUXQoR461rRAi.99. Acesso em: 15 abr. 2015.

DUMONT, Etienne. **La Saga du Film Breakfast at Tiffany's**. Disponível em: <http://www.bilan.ch/etienne-dumont/courants-dart/livrecomment-ne-diamants-canape>. Acessado em: 15 abr. 2015.

FRIEDMAN, Lester. **Bonnie and Clyde**. London: British Film Institute, 2000.

HOWELL, Georgina. **Vogue: Sixty Decades of Fashion**. Nova York: Viking, 1978.

PARIS, Barry. **Audrey Hepburn**. Paris: Éditions Belfond, 1997.

PEYRET, Emmanuèle. La Nuisette, Belle de Jour, Belle de Nuit. **Libération**. Disponível em: http://next.liberation.fr/mode/2015/02/27/la-nuisette-belle-de-jour-belle-de-nuit_1211082. Acesso em: 19 mar. 2015.

REED, Paula. **50 Ícones que inspiraram a Moda 1950**. São Paulo: Publifolha, 2014. v. 1.

_____ **50 Ícones que inspiraram a Moda 1960**. São Paulo: Publifolha, 2014, v. 2.

_____ **50 Ícones que inspiraram a Moda 1970**. São Paulo: Publifolha, 2014, v. 3.

_____ **50 Ícones que inspiraram a Moda 1980**. São Paulo: Publifolha, 2014, v. 4.

SCHWAAB, Catherine. Audrey Hepburn, Lady Forever. **Paris Match**. Disponível em: <http://www.parismatch.com/People/Cinema/Audrey-Hepburn-Lady-Forever-159378>. Acesso em: 17 mar. 2015.

SPADA, James. **Grace Kelly: As Vidas Secretas da Princesa**. Rio de Janeiro: Record, 1987.

VADIM, Roger. **As Memórias de Roger Vadim: Bardot, Deneuve e Fonda**. Rio de Janeiro: Best-Seller, 1986.

WAQUET, Dominique; LAPORTE, Marion. **La Mode**. Paris: Presses Universitaires de France, 2014. p. 128.