

[ANA PAULA LIMA DE CARVALHO | CRISTINA ARAUJO DE SEIXAS]

Ana Paula Lima de Carvalho é mestre em Design, docente no Curso de Design de Moda da Faculdade SENAI CETIQT e gestora técnica do Curso de Pós-Graduação em Design de Moda, tanto presencial quanto a distância, da mesma instituição.

E-mail: apcarvalho@cetiqt.senai.br

Cristina Araujo de Seixas é mestre em Design, docente do Curso de Design de Moda da Faculdade SENAI CETIQT e atua também como Assistente da Coordenação do referido curso e gestora técnica do Curso de Pós-Graduação em Acessórios de Moda da mesma instituição.

E-mail: cseixas@cetiqt.senai.br

Vestidos da cinematografia hollywoodiana

Hollywood cinema dresses

[118]

[resumo] Este artigo pretende mostrar a importância da comunicação entre cinema e espectador, da memória imagética e da identificação inconsciente provocada pelas películas, a partir do continuísmo de uma peça pertencente ao vestuário feminino – o vestido – cuja representação simbólica é a feminilidade. O estudo teve como base dois expoentes da cinematografia hollywoodiana dos anos 1950 – Rita Hayworth e Marilyn Monroe, ambas identificadas como divas –, como também a relevância dos trajes usados por elas, que se tornaram atemporais na medida em que se perpetuam no imaginário feminino e no guarda-roupa contemporâneo.

[palavras-chave]

cinema; moda; diva hollywoodiana;
atemporalidade; imaginário.

[abstract] This article intends to show the importance of communication between movie and audience, memory, imagery and unconscious identification caused by the film, from the continuity of a piece which belongs to women's clothing – the dress – whose symbolic representation is femininity. The study was based on two exponents of the Hollywood cinema of the 1950s – Rita Hayworth and Marilyn Monroe, diva representatives of the concept –, but also the relevance of the costumes worn by them, which have become timeless as they perpetuate in the female imaginary and in the contemporary wardrobe.

[key words] movies; fashion; hollywood diva; timelessness; imaginary.

Este artigo é produto de uma reflexão das autoras ao longo de suas práticas docentes e de pesquisas decorrentes de indagações referentes à comunicação entre cinema e espectador, à memória imagética e à identificação inconsciente provocada pelas películas, bem como ao processo histórico da moda a partir da manutenção do uso do vestido como peça de roupa, cuja representação simbólica é a feminilidade. Essas questões trouxeram à tona a possibilidade de entrelaçarmos a importância do cinema de Hollywood nos anos 1950 como divulgador não somente da construção das divas – Rita Hayworth e Marilyn Monroe –, mas também pela manutenção das estruturas presentes nos modelos destacados, que, numa certa visão, se tornaram atemporais e perpetuados no imaginário feminino.

Neste artigo, nos preocupamos em conceituar "diva" a partir da expressão *star system*, como uma referência do contexto da época, que se apropriava desse termo, no âmbito de divulgação e de perpetuação das estrelas, como sinônimo de atrizes pertencentes ao primeiro escalão da cinematografia hollywoodiana.

Assim sendo, dividimos o escopo deste artigo em duas partes: a primeira apresenta a relação existente entre cinema e moda ao longo dos anos 1950 com destaque na referência de estilo das estrelas. A segunda aborda a conceituação das divas imortalizadas tanto em suas atuações na cinematografia hollywoodiana quanto na interação entre traje e personagem, com destaque para Rita Hayworth, em *Gilda*, e Marilyn Monroe, em *O pecado mora ao lado*.

Finalmente, tecemos algumas reflexões a respeito desse tema, tão presente nos estudos de Moda, relacionadas à presença dos objetos – vestidos cinematográficos americanos – lembrados nos dias de hoje por meio de coleções e de "releituras" que os perpetuam no imaginário, tanto no cinema quanto no guarda-roupa feminino contemporâneo.

[119]

Cinema e moda

O cinema americano pontificava nos idos de 1930, quando Hollywood praticamente monopolizava as produções cinematográficas com cerca de oitenta por cento da produção mundial. Com a expansão e o aprimoramento dessa área em outros países, somados à eclosão da Segunda Guerra Mundial (1939-1945), a produção americana teve uma queda sensível, mas foi impulsionada novamente em 1945 com o *slogan* "O cinema somos nós" (CARRIÈRE, 2006, p. 166) e se mantém até hoje como uma indústria forte; cineastas esmeram-se na escolha dos componentes das cenas, uma das formas de aprimorar a produção. Porém, nos anos 1950, foram as estrelas e os ídolos que atraíram o público e permitiram, assim, a franca recuperação, sendo muitas vezes imitados no visual e/ou em suas atitudes comportamentais.

O cinema naquela época podia significar não a realidade, mas o sonho de vivenciar aquelas cenas, aqueles momentos e de frequentar os lugares em que iam as personagens, enfim, provocava o desejo de pertencer ao mundo idealizado na película. As atrizes podiam representar o ideal de cada tipo feminino, ora ingênuo, ora mais sensual, e suas roupas externavam esses momentos. Cada um, na plateia, como fenômeno de identificação inconsciente, pode se espelhar ou não na personagem e, de certa forma, inserir-se em corpo alheio, dentro de um cenário construído para aquela situação. É o poder da ilusão acima da imaginação.

O cinema se comunica por meio da imagem, do som e das cores, e busca, com frequência, a inovação. Um mundo em que a memória imagética pode ser mais forte do que as palavras, que podem ser partilhadas por diversas plateias com culturas e idiomas diferentes, e, assim, contribuir com a forma e a expansão dessa linguagem: "Uma linguagem que continua em mutação, semana a semana, dia a dia, como reflexo veloz dessas relações obscuras, multifacetadas, complexas e contraditórias, as relações que constituem o singular tecido conjuntivo das sociedades humanas" (CARRIÈRE, 2006, p. 23).

Roupas tornaram-se ícones, foram imitadas, reproduzidas ou serviram de inspiração, saindo do filme e “entrando no guarda-roupa” da espectadora. Segundo Melanie Hillmer (citada por ENGELMEIER e ENGELMEIER, 1990, p. 12, tradução nossa),

Quando vestimos roupas fora do contexto, podemos entrar no papel de Marlene, Humphrey, Audrey, James, repassando seu estilo com nosso corpo. Nós somos a cópia, a variação, a improvisação, a paródia. Nós amamos o jogo – parafraseando Oscar Wilde, isto é mais real do que a vida.

Nesse contexto, o cinema influencia a moda ou a moda influencia o cinema? Essa é uma das perguntas que aparecem com frequência em trabalhos e pesquisas sobre moda e cinema, bem como sobre teatro e televisão (novelas). O fato é que houve e há a reprodução de modelos, em parte ou no todo, tanto por designers quanto pelo público. Atrizes tiveram e têm certa participação no fenômeno Moda, tornando-se fonte de inspiração ou de cópia.

As estrelas despertaram comportamentos miméticos em massa, imitou-se amplamente sua maquiagem dos olhos e dos lábios, suas mímicas e posturas; houve até, no decorrer dos anos 1930, concursos de sósias de Marlene Dietrich e de Greta Garbo. Mais tarde, os penteados rabo de cavalo ou ondulados de Brigitte Bardot, as aparências descontraídas de James Dean ou Marlon Brando foram modelos em evidência. Ainda hoje, os jovens adolescentes tomaram como modelo o look de Michael Jackson. Foco de moda, a estrela é ainda mais, nela mesma, figura de moda enquanto *ser-para-a-sedução*, quintessência moderna da sedução. (LIPOVETSKY, 1989, p. 214)

[120]

O *star system* leva a elaborar uma “imagem de sedução” que, como a moda, ajuda na construção artificial dessa moda e torna o ator fonte estética para o vestuário e a aparência. Na visão de Lipovetsky, conquista o espectador, ao impor-se na tela, como transmissor de uma personalidade, como, por exemplo, de Greta Garbo, a mulher inacessível e altaiva; Marilyn Monroe, a mulher inocente e sensual; e Catherine Deneuve, a mulher com sensualidade glacial. “A estrela é o feérico da personalidade como a moda é o feérico do parecer (...) Assim como o costureiro cria inteiramente seu modelo, o *star system* redefine, inventa, elabora o perfil e os traços das estrelas”, destaca Lipovetsky (1989, p. 215).

Assim, os atores integram o sistema das variações da moda, e esse fato deu-se com mais intensidade ao longo dos anos 1950, idade de ouro do *star system*, fenômeno principalmente feminino, com o aparecimento de diversas interpretações e estilos da “mulher-criança”, como a mulher travessa encarnada por Audrey Hepburn ou a mulher inocente, por Marilyn Monroe, com as quais o público se identificava, encantado com seu charme e estilo. Esse comportamento de identificação persiste até hoje. Lipovetsky (1989, p. 219) aponta: “Longe de ser um comportamento arcaico, o culto das estrelas é tipicamente um fato moderno, individualista, que repousa sobre o movimento em estado livre dos indivíduos (...)”.

Os anos 1950 caracterizaram-se por um tipo de merchandising com a introdução de linhas de vestuário derivados de filmes da época. O vestido de noite tomara-que-caia com saia de tule branco e busto coberto de margaridas usado por Elizabeth Taylor no filme *Um lugar ao sol* (1951), assinado pela norte-americana Edith Head, foi bastante copiado por debutantes da época; a camisola branca criada por Helen Rose, usada pela mesma atriz em *Gata em teto de zinco quente* (1958), é considerada uma referência em termos de lingerie (MAGAZINE, 2011). Cecil Beaton, apesar de ser britânico, é um dos nomes ligados ao mundo de Hollywood, e foi responsável por modelos que influenciaram a indústria do vestuário, como os de *Gigi* (1958), inspirados na *Belle Époque*. Talvez um dos filmes que mais influenciaram na época, em termos de moda, foi *David Crockett* (1955), de Walt Disney, cujo personagem tornou-se um dos ídolos da juventude e promoveu o uso dos mocassins e dos casacos franjados.

Das divas hollywoodianas ao guarda-roupa feminino contemporâneo

O termo diva provém do latim, cujo significado é deusa, divindade, mulher famosa, cantora de sucesso (MICHAELIS, 2000). Adotado no campo artístico, a diva hollywoodiana parece-nos ter seu conceito formulado no pilar do processo de mitificação, elaborado a partir da publicidade, com respaldo na filmografia das divas selecionadas para esse estudo. Quando usamos aleatoriamente a expressão figurativa "musa inspiradora", estamos indiretamente nos reportando à construção das deusas referentes à perfeição de beleza e de talento, bem como à fama conquistada por supostos atributos divinos.

Desse modo, ser uma diva, entendida aqui também como musa, é representar, ao mesmo tempo, a persona e o personagem, como se dois seres, um divino e um humano, duelassem até atingir a essência de "ser" e não simplesmente "parecer" uma diva. Na verdade, não importa somente ter talento, ser bela, ser boa atriz, entre outros adjetivos desejados na construção do conceito "diva", associado à feminilidade de cada época, e sim desvendar a mulher/atriz/personagem.

O vestido como peça representativa do vestuário da mulher é datado desde a Idade Média, mas ao longo do tempo ganhou novos elementos de distinção de estilos, compondo assim o repertório do traje feminino, como o modelo "tomara-que-caia", a partir do final dos anos de 1940, cuja composição é determinada por um decote que se estende até debaixo dos braços e que se sustenta por intermédio de barbatanas ou aderência da malha ou tecido, sem a necessidade de algo que prenda aos ombros ou ao pescoço" (SABINO, 2007, p. 582).

A questão que se colocou ao longo desse estudo foi: se o vestido é considerado uma peça pertencente ao vestuário feminino, e dessa forma faz parte do guarda-roupa feminino, por que as divas são referendadas até hoje com os vestidos consagrados em seus personagens? Em busca de uma resposta plausível, nos debruçamos sobre os conceitos traçados por Gomes (citado por CANDIDO *et al.*, 2005) e Adamatti (2008).

Para Gomes (citado por CANDIDO *et al.*, 2005), no cinema, as construções dos atores e/ou das atrizes "simbolizam e exprimem um sentimento coletivo" que pode ser tanto trabalhado pela mídia como na construção do personagem, que deixa de ser a pessoa (ator/atriz) para expressar a mitificação do sujeito, isto é, se distancia da personagem para solidificar a atriz enquanto mito – a diva. Essa construção permitiu o aprimoramento das divas nos anos de 1950, e, hoje em dia, observamos essa relação presente entre personagens e atrizes, que compõem o cenário tanto do cinema quanto da mídia de um modo geral.

Neste estudo, destacamos duas divas da cinematografia hollywoodiana dos anos de 1950, Rita Hayworth (Margarita Carmem Cansino, 1918-1987) e Marilyn Monroe (Norma Jeane Mortensen, 1926-1962), pois ambas foram consagradas enquanto símbolos de sensualidade, como também ícones inspiradoras para a reprodução de roupas, sobretudo vestidos, que as imortalizaram ao longo dos tempos.

Buscamos destacar a atemporalidade desse vestuário apresentado pelas atrizes com suas personagens, pois Rita, a partir do filme intitulado *Gilda* (produção de 1946), participou de mais de 48 filmes e, muitas vezes, foi confundida com a própria personagem, provavelmente devido a sua performance artística. A consagração é proveniente da construção de um estilo sensual de ser e de parecer nas películas de Hollywood.

No filme *Gilda*, a atriz trabalha o personagem mais sensual quando se apresenta cantando com um vestido negro, traje de noite, com luvas, piteira, gargantilha, maquiagem bem marcada com batom, entre outros acessórios que compuseram o repertório da personagem sensual Gilda, mas que identificamos como uma imagem refletida de Rita Hayworth, enquanto domínio público, que se perpetua até a atualidade.

Independentemente das coleções de moda feminina, ao revisitar o passado, especificamente o período destacado, verificamos que o que vem à tona é a composição da diva e não necessariamente a filmografia da atriz. Talvez, hoje, as jovens desconheçam esse clássico da cinematografia hollywoodiana, mas certamente a construção dessa personagem está incutida no imaginário coletivo, devido ao conjunto de imagens,

sons e trilha sonora que a perpetuou com uma carga mitológica em Rita Hayworth.

Como diva, seus insucessos matrimoniais e afetivos deveriam ser abafados, mas, como bem expressou Rita Hayworth em uma das suas célebres frases, que se manteve no tempo como revelação dessa relação dual entre a personagem e a estrela, "A maioria dos homens se apaixona por Gilda, mas acorda comigo".

Cabe destacar a antológica cena em que Gilda adentra o palco do Clube, começa a cantar a famosa música *Put the blame on mame* (dublada por Anita Ellis), com um vestido tomara-que-caia de cor preta em tecido de cetim, e tira uma das longas luvas pretas do braço, immortalizando a imagem, como se fosse um *strip-tease* – embora somente insinuante, representou, para o contexto da época, uma explosão de sensualidade e glamour. Essa cena, associada ao vestido preto, immortalizou a atriz e, ao mesmo tempo, a personagem, uma vez que, aos homens, cabia o desejo por Gilda, e, às mulheres, o desejo de "reprodução" de Gilda.

O vestido preto criado por Jean Louis valorizou não só a personagem, mas também a diva que, desde 1946, cada vez mais apresentava uma beleza infinita, quase divina para os preceitos da época. Rita foi considerada a primeira atriz a usar o modelo tomara-que-caia, o qual, a partir desse filme, não só foi copiado, como também se tornou um clássico para o guarda-roupa feminino que prima pela elegância, pelo bom gosto, pela silhueta bem marcada devido à forma cinturada, pelo decote e fendas na frente, que colocam à mostra um dos objetos de desejo masculino – as pernas.

À época, comentou-se acerca do processo criativo do vestido preto idealizado por Jean Louis, que tinha que disfarçar a barriga da atriz, porque ela estava em início de gravidez. Assim, Jean Louis realçou as costas com decote profundo e deslocou a atenção para a abertura profunda da fenda, na parte da frente do vestido, a fim de mostrar as pernas e esconder a saliente barriguinha para que o público não tomasse ciência do fato. Por fim, a confecção das luvas longas pretas deu um requinte a mais ao traje.

Na verdade, o vestido preto usado por Rita em *Gilda* é alvo de desejo de muitas mulheres ainda hoje. É um vestido atemporal, basta paginar qualquer revista de moda atual e encontraremos modelos similares que valorizam o uso da cor preta e de uma silhueta bem definida.

Além disso, despertou atenção quando, em 2010, diversos objetos pertencentes a atores e atrizes famosos de Hollywood foram leiloados, inclusive o vestido de cetim preto de Rita Hayworth em *Gilda*. A divulgação do leilão da peça ressaltava: "Comprar essa porção de história sai por US\$ 50 mil. Conferir detalhes saborosos – como uma etiqueta afixada no forro do vestido pelo estilista Jean Louis, que traz o nome do estúdio responsável pelo filme e da estrela que o usaria também – está no pacote de quem arrematar a peça" (MONDO MODA, 2011).

O vestido da diva Rita na personagem Gilda permanece no imaginário social, uma vez que é um objeto simbólico de mudança de comportamento, como expressão de uma época na qual o papel da mulher ainda era sinônimo de preservação da tríade casamento, afazeres domésticos e família. Na verdade, o cartaz publicitário, que alardeava "Nunca houve uma mulher como Gilda", explicita a edificação da diva ao personagem, que se immortalizou com o uso e a reprodução incessantes do vestido preto de Gilda no universo feminino.

Percebemos que a busca constante pela sensualidade cada vez mais presente no imaginário da época que se perpetua até os nossos dias traduz quanto o personagem representou uma construção de valores e de mudanças comportamentais carregados de sensualidade que foram "absorvidos" pelas moças mais ousadas da época. Hoje em dia, o que vem à tona com a atemporalidade do vestido é o resgate histórico da época, cujo objeto de desejo se concretiza no vestido preto de cetim *a la* Gilda, que pode



Rita Hayworth em *Gilda*, 1946.
Fonte: Engelmeier e Engelmeier (1990, p. 129).

certamente fazer parte do guarda-roupa feminino.

Outro exemplo em que se imortalizou tanto a personagem quanto a atriz foi a famosa cena do filme *O pecado mora ao lado* (1955) em que Marilyn Monroe procura segurar a saia esvoaçante do vestido, cujo movimento provocado pelo vento exalado do respiradouro do metrô deixa as pernas à mostra de forma involuntária, o que tornou essa peça um dos ícones de feminilidade, misturada a certa ingenuidade sensual, atributos associados à estrela.

O modelo frente única criado por William Travilla é considerado um dos ícones fashion do século XX. Características do vestido na cor marfim, confeccionado em chiffon, são a saia trabalhada em *plissé soleil*, o decote em V e as alças amarradas na altura da nuca, que deixam os ombros e as costas livres e reforçam a leveza da peça, com uma linha sensual. O modelo se perpetua nas décadas seguintes, com novas interpretações, como na década de 1970, porém, em tecidos estampados e coloridos, bem como o *plissé* que encontramos em modelos contemporâneos.

Mas o vestido de Marilyn Monroe continua seduzindo. Foi parte de uma coleção particular da atriz Debbie Reynolds, que reuniu mais de 600 peças famosas da filmografia mundial. A atriz sonhava em expô-las, um dia, em algum museu de cinema. Porém, devido a dívidas acumuladas, teve que desfazer-se da coleção. O vestido de Marilyn, cuja estimativa era de que fosse vendido entre 1 e 2 milhões de dólares, tornou-se a peça mais valiosa do leilão ao ser arrematado por 4,6 milhões de dólares, por um anônimo, em junho de 2011 (PROUSER, 2011).

O modelo, assim, perpetuou-se ao longo do tempo e realizou o sonho de alguém de poder, talvez, "incorporar" tanto a atriz quanto a personagem ao absorver seus estilo e sensualidade.

[123]

E o sonho continua...

O estudo nos levou a uma constatação quanto ao uso dos vestidos imortalizados pelas divas de Hollywood, uma vez que a simbiose entre personagem e atriz construiu um imaginário social que transcende a época pesquisada.

Desperta atenção o modo com o qual os vestidos utilizados por Rita Hayworth e Marilyn Monroe, independentemente do fato de terem sido criados por renomados costureiros – respectivamente, Jean Louis e Travilla –, se perpetuaram na relação dual entre cinema e moda.

Além disso, é importante perceber como esses trajes são exemplares na representação de significados subjetivos provenientes de uma época em que o glamour e a sensualidade estavam configurados nas divas hollywoodianas, e o interesse por essas peças nos leilões revela: "Na verdade, o que se compra em um leilão desses é o poder e a mágica que emanam desses objetos"¹ (LOES, 2009).

Por outro lado, a "imortalidade" inerente a essas atrizes e seus personagens possibilita que seus trajes ganhem atemporalidade de tal modo que sejam reinterpretados e reproduzidos para o guarda-roupa feminino contemporâneo.



Marilyn Monroe em *O pecado mora ao lado*.
Fonte: Aprocche (2011).

[1] Entrevista da professora Denise Gimenez Ramos ao jornalista João Loes (2009).

REFERÊNCIAS

ADAMATTI, Margarida Maria. *A crítica cinematográfica e o star system nas revistas de fãs: a Cena Muda e Cinelândia (1952-1955)*. São Paulo, 2008. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Artes) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo.

APROUCHE. *Vestido que Marilyn Monroe usou em "O Pecado Mora ao Lado" vai a leilão*. Campinas, 8 jun. 2011. Disponível em: <<http://www.aprouche.com.br/2011/06/08/vestido-que-marilyn-monroe-usou-em-o-pecado-mora-ao-lado-vai-a-leilao/>>. Acesso em: 12 jul. 2012.

CANDIDO, Antonio et al. *A personagem de ficção*. São Paulo: Perspectiva, 2005.

CARRIÈRE, Jean Claude. *A linguagem secreta do cinema*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2006.

ENGELMEIER, Regine; ENGELMEIER, Peter W. (Org.). *Fashion in film*. Munique: Prestel, 1990.

LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LOES, João. *Hollywood vai a leilão. IstoÉ independente*. São Paulo: 29 abr. 2009. Disponível em: <http://www.istoe.com.br/reportagens/12695_HOLLYWOOD+VAI+A+LEILAO>. Acesso em: 9 jul. 2012.

MAGAZINE. *Grande diva*. São Paulo, 23 mar. 2011. Disponível em: <<http://www.portaldamaquiagem.com.br/content/viwrucvcri.mmp>>. Acesso em: 12 jul. 2012.

MICHAELIS: moderno dicionário da língua portuguesa. Rio de Janeiro: Reader's Digest; São Paulo: Melhoramentos, 2000.

MONDO MODA. *Filmes fashion: Gilda*. Campinas, 17 dez. 2011. Disponível em: <<http://mondomoda.wordpress.com/2011/12/17/filmes-fashion-gilda/#>>. Acesso em: 13 jul. 2012.

PROUSER, Fred. *Vestido de Marilyn Monroe atinge US\$4,6 milhões em leilão. International Business Time*. Nova York, 21 jun. 2011. Disponível em: <<http://br.ibtimes.com/articles/22804/20110621/vestido-marilyn-monroe-leilao-quanto.htm>>. Acesso em: 12 jul. 2012.

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

FILMOGRAFIA

Davy Crockett, o rei da fronteira. *Davy Crockett: king of the wild frontier*. Direção: Norman Foster. EUA: Walt Disney Productions, 1955.

Gata em teto de zinco quente. *Cat on a hot tin roof*. Direção: Richard Brooks. EUA: Avon Productions/MGM, 1958.

Gigi. *Gigi*. Direção: Vincente Minnelli. EUA: Arthur Freed Production/MGM, 1958.

Gilda. *Gilda*. Direção: Charles Vidor. EUA: Columbia Tristar, 1946.

O pecado mora ao lado. *The seven year Itch*. Direção: Billy Wilder. EUA: Billy Wilder/Charles Feldman, 1955.

Um lugar ao sol. *A place in the sun*. Direção: George Stevens. EUA: George Stevens/Paramount Pictures, 1951.