

## **Alta-costura e cinema: o papel da estrela no roteiro da moda**

Adriana Regen

**Data da defesa:** 14/12/2007

**Instituição:** Centro Universitário Senac

Moda, com o nome de alta-costura, e cinema, como cinematógrafo, surgiram na segunda metade do século XIX e têm retratado, desde então, os costumes e estilos de vida das populações ao longo do tempo. Tanto a moda quanto o cinema desenvolveram sistemas de produção e distribuição eficientes e lucrativos a partir dos anos 1900. Pode-se estabelecer um paralelo entre os dois processos, já que ambos tiveram seu auge nas décadas de 1920 e 1930, uma retração durante Segunda Guerra Mundial, que prejudicou mais a alta-costura, e um último fôlego nos anos 1950, entrando depois numa fase de declínio, seguido de uma reestruturação.

Além da trajetória paralela, moda e cinema firmaram uma parceria que foi de grande ajuda para ambos os sistemas, centrada na figura da estrela. As atrizes usavam a roupa da alta-costura para enfatizar seu *glamour*, dentro e fora das telas, levando ao mimetismo milhares de mulheres em todo o mundo, enchendo as platéias, ao mesmo tempo em que davam a conhecer os nomes dos criadores. Estes, por sua vez, atingiam uma clientela numerosa e internacional, principalmente americana, que dificilmente viria por outros canais de divulgação. O nome do costureiro sobrepõe-se ao do figurinista, contribuindo para a imagem de *glamour* dos filmes de Hollywood.<sup>1</sup>

Nas primeiras décadas do século XX o público de cinema era formado, em sua maioria, pela camada mais pobre da população. Era um entretenimento barato e sem pretensões culturais, que mostrava histórias cômicas ou mitológicas, de fácil compreensão, a fim de contentar indivíduos de várias culturas que se encontravam nas cidades. No primeiro capítulo demonstramos que, ao longo dos anos, tanto a frequência cinematográfica quanto os enredos dos filmes se diversificam e se ampliam, modificando também as relações entre o público e a figura da estrela.

Acompanhamos o processo de “fabricação” de estrelas inventado por Hollywood, o *star system*, que colocou atrizes em posição de ícones de moda e beleza, não somente através de suas personagens nos filmes, mas principalmente pelas fotografias em revistas, cartazes, programas de rádio e, mais tarde, vinculando suas imagens à publicidade e à televisão. As estrelas

dos primeiros tempos do cinema, consideradas deusas inatingíveis, vão se modificando a partir dos anos 1930, chegando mais perto do público e despertando maior identificação com a audiência.

Na segunda metade do século XX o número de espectadores começa a cair, exigindo dos estúdios uma mudança de estratégia e originando novos modelos de produção. O sociólogo Edgar Morin, cujo livro “*As estrelas de cinema*” foi uma importante fonte para esta pesquisa, chama esse período de “crepúsculo do *star system*”. Thomas Schatz, autor que relata os meandros e políticas dos grandes estúdios de Hollywood em “*O gênio do sistema*”, é menos dramático e explica que o fim do sistema de estúdio não significou o encerramento dos estúdios, pois estes continuaram a ter os melhores equipamentos para produção. Mas o abandono daquele sistema marcou o fim do período clássico, da “idade de ouro” de Hollywood<sup>2</sup>.

As mudanças econômicas e sociais que ocorreram nos Estados Unidos após a Segunda Guerra Mundial são abordadas no segundo capítulo, com foco na postura das mulheres em relação ao trabalho externo e ao consumo, além do surgimento dos jovens como grupo social independente. Os novos parâmetros são discutidos através da atriz Audrey Hepburn e de seus filmes, por representarem a imagem de uma nova feminilidade que começa a se esboçar na década de 1950. Audrey foi uma mulher fora dos padrões instituídos pela moral dominante na sociedade americana da época, ajudando a quebrar paradigmas estéticos, mas também de atitudes, comportamento e estilo de vida. Além disso, ela estabeleceu uma parceria inédita com o costureiro francês Hubert de Givenchy, que a vestiu em sete filmes e também fora das telas.

Esta relação entre a estrela e o costureiro é analisada neste trabalho como um exemplo da colaboração entre o cinema e a moda, que funcionou como ferramenta de *marketing* para ambas as indústrias ao longo do século XX. O terceiro capítulo aborda as parcerias entre a moda e o cinema desde as primeiras décadas do século, com foco nos mecanismos de produção das casas de alta-costura e sua relação com as estrelas. Audrey vestia Givenchy em todas as ocasiões públicas ou nos lançamentos dos filmes e posou como modelo para fotos de inúmeras coleções, beneficiando-se da nova estética proposta por ele, em sintonia com a imagem de mulher moderna que ela representava. Ele, por sua vez, ganhou visibilidade internacional e uma clientela americana fiel graças à fama da atriz.

A partir de meados dos anos 1960 a alta-costura, assim como o cinema, começa a perder seu público. A mulher moderna, com sua vida movimentada, não quer mais perder tempo com provas no *atelier* do costureiro. A presença dos jovens ganha importância e cria novas demandas de produtos de moda, e novos estilistas para supri-las. Londres surge como pólo de tendências, ofuscando a hegemonia de Paris.

Os estilos de vida se diversificam, assim como a indústria cultural e de produtos de todos os tipos, como explica a socióloga Diana Crane<sup>3</sup>. Surge o *pret-a-porter*, com roupas práticas de boa qualidade, que atendem clientelas das classes alta e média. A moda de rua, produzida

espontaneamente por e para grupos sociais distintos, destina-se aos mais jovens, de várias camadas e rendimentos distintos, onde a alta moda passará a se inspirar.

A segmentação e os novos ritmos de vida fizeram a alta-costura perder muito do seu público, assim com a televisão prejudicou a audiência cinematográfica. A ambos os sistemas, da moda e do cinema, só restava mudar para sobreviver.

## NOTAS

- 1 BRUZZY, Stella, *Undressing cinema – clothing and identity in the movies*. London/NY: Routledge, 1997, p. 3.
- 2 SCHATZ, Thomas, *O gênio do sistema*. São Paulo: Companhia das letras, 1988, p. 480.
- 3 CRANE, Diana. *A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade nas roupas*. Senac, SP, 2006.