



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE DESIGN E COMUNICAÇÃO
CURSO DE DESIGN**

A construção da personalidade de marca da Dior no cinema

Aluno: Isaac Matheus Santos Batista

Orientador: Amilcar Almeida Bezerra

CARUARU, 2016

ISAAC MATHEUS SANTOS BATISTA

A construção da personalidade de marca da Dior no cinema

Monografia apresentada à Universidade Federal de Pernambuco - Centro Acadêmico do Agreste (UFPE-CAA), como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Design, sob orientação do professor Dr. Amilcar Almeida Bezerra.

CARUARU, 2016

Catálogo na fonte:
Bibliotecária – Paula Silva CRB/4 - 1223

B333c Batista, Isaac Matheus Santos .
A construção da personalidade de marca da Dior no cinema. / Isaac Matheus Santos Batista .
– 2016.
131f.: il.; 30 cm.

Orientador: Amílcar Almeida Bezerra.
Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) – Universidade Federal de Pernambuco,
Design, 2016.
Inclui Referências.

1. Marcas de produtos. 2. Influência (Literária, artística, etc.). 3. Cinema. 4. Personalidade.
5. Vestuário na arte. I. Bezerra, Amílcar Almeida (Orientador). II. Título.

740 CDD (23. ed.) UFPE (CAA 2016-298)



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE DESIGN E COMUNICAÇÃO
CURSO DE DESIGN

A construção da personalidade de marca da Dior no cinema

A comissão examinadora, composta pelos membros abaixo, sob a presidência do primeiro, considera o aluno **Isaac Matheus Santos Batista**

APROVADO

Caruaru, de de 2016

Dr. Amilcar Almeida Bezerra

Dr. Izabela Domingues da Silva

Dr. Marcelo Machado Martins

*Dedico esta monografia à minha mãe,
Edna, uma heroína da vida real; e aos
meus irmãos, Vanessa, Rafaella,
Abraão e Davi.*

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, por ter zelado por mim, me escutado, me dado forças e esperanças para chegar até aqui.

Agradeço à minha mãe, pela paciência, compreensão e amor que me inspiraram a continuar estudando e lutando pelos meus sonhos. Um dia darei muito orgulho.

Agradeço à minha família, por sempre estar do meu lado nos bons e maus momentos.

Agradecimento especial a meu professor orientador, Amilcar, pelas diversas reuniões que eram verdadeiras aulas particulares. Pela dedicação e paciência, ao ter me ajudado, compreendido quando tive que trabalhar e respondido todos os meus e-mails e mensagens no inbox do Facebook. Por ter dividido parte de sua sabedoria e tempo comigo durante mais de dois anos. Tempo é vida, e esse é o maior investimento que alguém pode fazer, então, muito obrigado. Vou me lembrar de tudo e já sinto saudades.

Agradeço aos diversos professores do curso de Design e, em particular, aqueles que compunham a organização do Grupo de Pesquisas em Consumo de Moda (GCOMO), onde eu fui iniciado na jornada interminável da pesquisa. Aprendi muito com vocês.

Agradeço aos meus amigos, Augusto, Dâmares, Denise e Sueleide, por permanecerem comigo durante o decorrer do curso, compartilhando as dores e os louros. Sempre estarão no meu coração.

*“Greta Garbo and Monroe
Dietrich and DiMaggio
Marlon Brando, James Dean
On the cover of a magazine*

*Grace Kelly, Harlow, Jean
Picture of a beauty queen
Gene Kelly, Fred Astaire
Ginger Rogers, dance on air*

*They had style, they had grace
Rita Hayworth gave good face
Lauren, Katharine, Lana too
Bette Davis, we love you*

*Ladies with an attitude
Fellows that were in the mood
Don't just stand there, let's get to it
Strike a pose, there's nothing to it*

*Vogue, vogue”
(Madonna)*

RESUMO

Instância de criação e disseminação de valores a influenciar a conformação da ordem simbólica e as práticas sociais, o cinema tem sido importante veículo de divulgação massiva de marcas e produtos, os quais são endossados por celebridades cinematográficas. Aqui, abordamos a relação da maison de Alta Costura Dior com grandes divas do cinema em narrativas fílmicas entre as décadas de 1940 e 1960; observando como a marca, a estrela, o personagem e a narrativa do filme influenciam-se mutuamente por meio dos processos de transferência de significados. Para tanto, utilizamos um método de análise semiótica para imagens, o qual foi associado a outras ferramentas conceituais de pesquisa que guiaram nosso olhar sobre os elementos da linguagem cinematográfica e sobre o figurino (JULLIER, MARIE, 2012; MACIEL, MIRANDA, 2009; PENN, 2002). Os dados coletados e os resultados obtidos apontaram que, através do endosso das celebridades inseridas nos filmes, a Dior aderiu a uma certa imagem de glamour, poder, romantismo e contemporaneidade associada às personagens e atrizes, reiterando sua personalidade de marca ao mesmo tempo em que contribuiu para estetizar a narrativa do filme e para moldar e reforçar a persona de uma geração de estrelas.

Palavras-chave: cinema; endosso de celebridades; personalidade de marca; figurino; Dior.

ABSTRACT

Field of creation and dissemination of values that influence the conformation of the symbolic order and social practices, cinema has been an important vehicle for massive propagation of brands and products, which are endorsed by cinema celebrities. In this monograph, we approach the relationship between the house of Dior and great stars in cinematographic narratives within the 1940s, the 1950s and the 1960s; by observing how brand, star, character and the movie's narrative were mutually influenced by the process of meaning transfer. In order to achieve this purpose, we used a method for analysing images, which was associated with conceptual tools that guided our vision over the cinematic language and over the costume worn by the characters (JULLIER, MARIE, 2012; MACIEL, MIRANDA, 2009; PENN, 2002). The collected datas and obtained results showed us that, through the celebrities endorsement, Dior adhered to an image of glamour, power, romanticism and contemporaneity associated to the actresses, reiterating its personality of brand at the same time it contributed to aestheticize the narrrative of the movies and to mold and reinforce the persona of a generation of stars and

Keywords: cinema; celebrity endorsement; personality of brand; costume design; Dior.

LISTA DE IMAGENS

Figura 1 - Mulheres com roupas da moda passeiam em Paris durante a Segunda Guerra Mundial.....	38
Figura 2 - Mulher portando a saia-calça.....	39
Figura 3 - Retrato de Maria Antonieta, por Vigée-Lebrun, 1779.....	43
Figura 4 - Vestido de Alta Costura da maison Dior, criado em 1949.....	44
Figura 5 - Tailleur da linha estética “A” e tailleur da linha estética “Y”.....	45
Figura 6 - Tailleur “Bar”, criado em 1947.....	46
Figura 7 - Festa Num Parque, por Antoine Watteau, 1719.....	47
Figura 8 - Vestido “may”, criado em 1953.....	47
Figura 9 - Vestido “Bonnes Vacances”, da coleção “Trapèze”, 1958.....	49
Figura 10 - Casaco seguindo a linha estética “Trapèze”, 1959.....	49
Figura 11 - Jaqueta “Chicago” da coleção “Beatnik”, 1960.....	50
Figura 12 - Conjunto “Teheran”, criado por Bohan para a Dior em 1962.....	51
Figura 13 - Eve e Jonathan conversam sobre o assassinato.....	56
Figura 14 - Charlotte confessa à Jonathan que matou seu próprio marido.....	57
Figura 15 - Contraste entre os dois vestidos de Charlotte.....	58
Figura 16 - Eve se surpreende com vários retratos de Charlotte.....	59
Figura 17 - Primeiro encontro entre Eve e Charlotte.....	60
Figura 18 - Charlotte põe um négligée para falar com os detetives.....	61
Figura 19 - Charlotte conversa com os detetives.....	61
Figura 20 - Charlotte desce uma escadaria durante uma performance teatral.....	63
Figura 21 - Chegada de Maria Antonieta à França.....	63
Figura 22 - Charlotte espreguiça-se sobre divãs.....	65
Figura 23 - Charlotte olha-se no espelho enquanto despreza Jonathan.....	66
Figura 24 - Câmera alta filma Charlotte pasmada pela ameaça de Jonathan.....	67
Figura 25 - Charlotte e Eve usam figurinos semelhantes.....	68
Figura 26 - Eve ajuda a rival no palco.....	69
Figura 27 - Sombras se sobrepõem sobre os rostos de Eve e Charlotte.....	69
Figura 28 - Eve chora por não ter provado que Charlotte é a culpada.....	70
Figura 29 - Charlotte se veste luxuosamente durante sua confissão.....	71
Figura 30 - Charlotte fuma em sorri enquanto confessa ser a mandante do crime.....	72
Figura 31 - O rosto de Charlotte é coberto por uma nuvem de fumaça.....	72

Figura 32 - Hattie e Victor conversam sobre o caso de Hillary.....	75
Figura 33 - Figurino usado por Hattie.....	77
Figura 34 - Hattie descasca uma maçã enquanto discute o adultério.....	78
Figura 35 - Três visualizações do chapéu usado por Hattie.....	79
Figura 36 - Seguidor do sikhismo com um turbante típico à sua religião.....	79
Figura 37 - Tela dividida enquanto Victor e Charles conversam pelo telefone.....	81
Figura 38 - Victor caça cucos no jardim de sua mansão.....	82
Figura 39 - Hattie e Victor recepcionam Hillary e Charles.....	83
Figura 40 - Câmera parada e frontal filma os personagens na sala.....	84
Figura 41 - Figurinos de Hattie e Hillary.....	87
Figura 42 - Hillary recebe a escultura de peixe que estava em sua mala.....	87
Figura 43 - Hillary ameaça Hattie de morte por causa do casaco de vison.....	88
Figura 44 - Ao terminar seu caso, Hillary devolve o casaco a Charles.....	89
Figura 45 - Hattie e Charles deixam a mansão em um carro conversível.....	89
Figura 46 - Yasmin tem o rosto circundado por “auréolas”.....	94
Figura 47 - Yasmin expõe seu nighty a David.....	95
Figura 48 - Figurino usado por Yasmin durante o jantar com Beshraavi.....	96
Figura 49 - Figurino usado por Yasmin durante diálogo com David, no banheiro.....	97
Figura 50 - Reflexo de luz incide sobre o rosto de Yasmin.....	98
Figura 51 - Nua, Yasmin se banha em frente a David.....	99
Figura 52 - Yasmin e David simulam um falso sequestro.....	99
Figura 53 - Yasmin e David fogem do capanga de Beshraavi.....	100
Figura 54 - Figurino do homem misterioso.....	101
Figura 55 - Figurino de Yasmin durante a cena da fuga.....	102
Figura 56 - David acorda do desmaio.....	102
Figura 57 - Yasmin tenta seduzir David.....	103
Figura 58 - Reflexo do rosto de Yasmin no espelho.....	104
Figura 59 - Yasmin e David tentam recuperar o monograma.....	105
Figura 60 - Yasmin tenta seduzir um oficial da guarda britânica.....	105
Figura 61 - Traje usado por Yasmin durante a corrida de cavalos.....	106
Figura 62 - Câmera subjetiva sugere visão por binóculos.....	107
Figura 63 - A imagem de Yasmin é refletida em espelhos paralelos.....	108
Figura 64 - Yasmin entra num campo de construção civil.....	109
Figura 65 - Yasmin e David desviam-se do trator e ficam empoeirados.....	109

Figura 66 - Figurino usado por Yasmin no campo de construção civil.....	110
Figura 67 - Yasmin e David correm à procura do embaixador.....	111
Figura 68 - O figurino de Yasmin se destaca do cenário acinzentado.....	112
Figura 69 - Yasmin, David e Jena fogem de Beshraavi.....	113
Figura 70 - Yasmin sobe sobre um cavalo.....	114
Figura 71 - David derruba o helicóptero de Beshraavi.....	115
Figura 72 - David e Yasmin se beijam na cena final.....	115
Figura 73 - Yasmin lança-se ao rio para salvar David.....	116
Figura 74 - Figurino usado por Yasmin na última cena.....	117

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Lista de filmes cuja análise será explicitada.....	16
Tabela 2 - Corpus inicial de pesquisa com 14 filmes.....	24
Tabela 3 - Lista de filmes cuja análise será apresentada.....	24
Tabela 4 - Ficha técnica do filme Stage Fright (1950).....	54
Tabela 5 - Ficha técnica do filme The Grass Is Greener (1960).....	74
Tabela 6 - Ficha técnica do filme Arabesque (1966).....	93

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
1.1 PROBLEMA DE PESQUISA E OBJETO DE ESTUDO.....	15
1.2 QUESTIONAMENTOS DA PESQUISA.....	16
1.3 JUSTIFICATIVA.....	16
2 OBJETIVOS	18
2.1 OBJETIVO GERAL.....	18
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	18
3 METODOLOGIA	19
3.1 TIPOS DE PESQUISA.....	19
3.2 MÉTODO DE ABORDAGEM.....	20
3.3 MÉTODO DE PROCEDIMENTO.....	20
3.4 TÉCNICAS DE PESQUISA.....	20
3.5 FERRAMENTAS DE PESQUISA.....	21
3.6 AMOSTRAGEM.....	23
4 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	26
4.1 O PAPEL DO FIGURINO NA NARRATIVA FÍLMICA.....	26
4.2 CELEBRIDADES: UMA RÁPIDA ABORDAGEM.....	27
4.3 ESTRELAS: ASSIM NA TERRA COMO NO CÉU.....	31
4.4 O CINEMA COMO UM MEIO PUBLICITÁRIO.....	34
4.4.1 Publicidade e personalidade de marca.....	34
4.4.2 Transferência de significados no endosso da celebridade.....	35
5 BREVE HISTÓRIA DA MAISON DIOR	37
5.1 DIOR E O CINEMA: UMA INTRODUÇÃO ÀS ANÁLISES.....	52
6 STAGE FRIGHT - 1950 - MARLENE DIETRICH	53
6.1 A PERSONA DA ATRIZ MARLENE DIETRICH.....	53
6.2 ANÁLISE DO FILME STAGE FRIGHT (1950).....	54
6.2.1 Sinopse e ficha técnica.....	54
6.2.2 Jonathan dá sua versão sobre o assassinato do marido de Charlotte 00h00min59s - 00h09min14s.....	55
6.2.3 Primeiro encontro entre Eve e Charlotte - 00h38min08s - 00h46min52s.....	58
6.2.4 Charlotte faz uma apresentação teatral - 00h51min46s - 01h00min18s.....	62

6.2.5 Charlotte recebe uma boneca com vestido manchado de sangue - 01h08min50s - 01h23min48s.....	67
6.2.6 A confissão de Charlotte - 01h31min44s - 01h38min51s.....	69
7 THE GRASS IS GREENER - 1960 - JEAN SIMMONS.....	73
7.1 A PERSONA DA ATRIZ JEAN SIMMONS.....	73
7.2 ANÁLISE DO FILME THE GRASS IS GREENER (1960).....	73
7.2.1 Sinopse e ficha técnica.....	73
7.2.2 Hattie chega à casa de Victor - 00h42min19s - 00h51min11s.....	74
7.2.3 Victor e Hattie saem para jantar - 00h51min12s - 00h53min54s.....	77
7.2.4 Victor convida Charles para visitá-lo - 00h53min55s - 00h56min37s.....	80
7.2.5 Hillary e Charles voltam de viagem - 00h56min38s - 00h57min58s.....	81
7.2.6 Uma noite “amigável” à quatro - 01h00min06s - 01h17min56s.....	83
7.2.7 Hillary rompe o caso com Charles - 01h41min59s - 01h44min28s.....	88
8 ARABESQUE - 1966 - SOPHIA LOREN.....	91
8.1 A PERSONA DA ATRIZ SOPHIA LOREN.....	91
8.1.1 Pano de fundo da ascensão de Sophia Loren como uma estrela.....	91
8.1.2 Sophia Loren: um símbolo de “italianidade”.....	91
8.2 ANÁLISE DO FILME ARABESQUE (1966).....	93
8.2.1 Sinopse e ficha técnica.....	93
8.2.2 Primeiro encontro entre David e Yasmin - 00h12min45s - 00h15min29s.....	94
8.2.3 Yasmin entrega um bilhete à David - 00h15min29s - 00h17min58s.....	96
8.2.4 Yasmin persuade David a parar de decifrar o monograma - 00h19min54s - 00h28min31s.....	97
8.2.5 Yasmin e David fogem de Beshraavi - 00h28min32s - 00h46min36s.....	100
8.2.6 Caça ao monograma - 00h26min37s - 00h57min55s.....	103
8.2.7 O monograma é recuperado - 00h57min46s - 01h01min35s.....	106
8.2.8 Yasmin é presenteada por Beshraavi - 01h03min52s - 01h05min34s.....	107
8.2.9 Yasmin é atacada por Yussef - 01h07min52s - 01h16min08s.....	108
8.2.10 Yasmin e David procuram o embaixador - 01h20min15s - 01h30min01s.....	110
8.2.11 Beshraavi é derrotado 01h30min02s - 01h39min22s.....	112
8.2.12 Yasmin e David terminam romanticamente - 01h39min23s - 01h40in48s.....	115
9 CONCLUSÕES.....	118
10 REFERÊNCIAS.....	123

1 INTRODUÇÃO

1.1 PROBLEMA DE PESQUISA E OBJETO DE ESTUDO

O estudo elaborado se encaixa na grande área do design de moda. Porém, de forma mais específica, abordará o figurino, ou traje de cena, como também é conhecido, o qual, por definição, diz respeito ao “conjunto de todas as roupas e acessórios dos personagens” (COSTA, 2002, p. 38), sendo nosso foco, aqui, o figurino de produções cinematográficas.

Por vezes, marcas de moda inserem seus produtos em narrativas fílmicas por meio do figurino de determinados personagens, como é o caso da maison de Alta Costura Dior, que, desde sua criação em 1946, já inseriu seus produtos em mais de 83 filmes.

No decorrer da pesquisa, pôde ser verificado que alguns trabalhos já foram realizados sobre a relação de marcas de moda na criação de figurino de grandes estrelas do cinema (HANOVER, 2012; PETTERMAN, DEL VACHIO, BONA, 2008). Entretanto, essas publicações não abordam o modo como ocorrem as transferências simbólicas entre os diversos elementos que compõem as cenas, nem como o figurino assinado por determinadas empresas contribui para a narrativa da obra. Embora tratem o figurino em sua dimensão semântica, essas pesquisas detêm-se, muitas vezes, apenas na enunciação de marcas e respectivas produções fílmicas cujos figurinos tiveram a inserção de peças criadas por elas.

Diante disso, percebe-se a necessidade de um estudo mais aprofundado sobre como as marcas, o filme, as estrelas e os personagens sofrem mutuamente os processos de transferência simbólica durante o decorrer do filme e em suas apropriações; e como essas interações vão contribuir para a construção da personalidade da marca, que diz respeito “ao conjunto de características humanas associadas a uma determinada marca [...] as quais podem ser descritas em termos demográficos [...], de estilo de vida [...] ou de características da personalidade humana [...]” (AAKER, 2007, pp. 141-142).

Confrontados com esse problema de pesquisa, analisamos três produções cinematográficas lançadas entre os anos 1950 e 1960, nas quais, segundo Hanover

(2012), as atrizes principais tiveram figurino composto por peças da marca Dior (TABELA 1).

Tabela 1. Lista de filmes cuja análise será explicitada.

Filme	Ano	Atriz
Stage Fright	1950	Marlene Dietrich
The Grass Is Greener	1960	Jean Simmons
Arabesque	1966	Sophia Loren

Fonte: Elaborado pelo autor.

Esse recorte histórico diz respeito à época em que a marca em questão dominou o cenário da Alta Costura em nível global, após o lançamento de seu primeiro desfile em 1947, quando rompeu com o estilo de vestuário que predominou durante a Segunda Guerra Mundial, ao renovar o luxo e certa feminilidade glamorosa, delicada e romântica por meio de uma estética de moda conhecida como New Look. (BAUDOT, 1999; BEZERRA, BATISTA, 2016)

1.2 QUESTIONAMENTOS DA PESQUISA

- a) Qual a produção de sentido que permeia as articulações entre marca de moda, persona das atrizes, identidade dos personagens e narrativa dos filmes em questão; e como isso colabora na construção da personalidade de marca da Dior no período da década de 1950 e 1960?
- b) Como a associação entre estrela e marca no cinema poderia contribuir para a criação, reprodução e disseminação de papéis e modelos sociais a serem adotados pelas mulheres através do consumo de vestuário no período em questão?

1.3 JUSTIFICATIVA

A cultura das celebridades está fortemente enraizada na sociedade ocidental, de modo que cada vez mais as representações dos famosos se proliferam no cotidiano, influenciando o modo como os indivíduos constroem suas identidades; e novas celebridades surgem por diferentes meios, inclusive as redes sociais da

internet¹. Embora sendo, assim, um fator de grande relevância social, o assunto sobre endosso de celebridades “ainda é pouco explorado no país [...], o que evidencia que a temática apresenta um alto grau de complexidade e necessita ser melhor estudada” (PEREZ et al., 2013, p. 72).

Uma das inovações dessa pesquisa é, além de demonstrar como a persona da estrela contribui para a marca, fato que possui certo consentimento na academia; estudar o inverso também, como a empresa em questão, que já estava associada a determinados significados, contribui à narrativa cinematográfica e à celebrificação das atrizes, auxiliando a construir a persona delas através de seu nome e produtos inseridos diretamente no filme.

Os resultados obtidos por meio desse estudo poderão contribuir para que as empresas que já utilizam ou pretendem utilizar famosos para divulgação de suas marcas possam ter escolhas mais assertivas. Além disso, contribuiremos para o entendimento da celebridade e seu papel na criação de representações socioculturais a serem adotadas pelos indivíduos através do consumo de vestuário.

Outras questões também podem ser geradas através desse estudo, influenciando novos pesquisadores a se debruçarem sobre o assunto das celebridades e sua relação com a moda.

¹ É notável que na sociedade atual a espetacularização da vida na mídia favorece a ascensão de sujeitos à esfera pública de forma veloz e efêmera. Essas celebridades instantâneas são chamadas por Rojek (2008) de celetóides. A fama dos celetóides pode alcançar um número imenso de pessoas, porém sempre dura pouco tempo, pois o desejo da sociedade de consumo é insaciável e móvel, uma vez que é baseado no prazer moderno, que exige a constante instigação do imaginário.

2 OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GERAL

Compreender como o cinema participou da construção da personalidade de marca da Dior no contexto histórico dos anos 1950 e 1960.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Identificar as conexões entre os significados evocados através da persona das estrelas, de seus personagens, da narrativa do filme e da marca Dior, identificando de que modo eles se influenciam mutuamente durante as cenas.
- b) Reconhecer de que modo a associação, no cinema, entre a marca Dior e as celebridades em questão contribuiu para a criação, reprodução e disseminação de modelos identitários a serem adotados por meio do consumo de vestuário.

3 METODOLOGIA

3.1 TIPOS DE PESQUISA

Segundo o campo de atuação básico, essa pesquisa foi pura, pois, de acordo com a definição proposta por Ciribelli (2003, p. 53), ela atentou para a construção de um conhecimento que levou em consideração apenas seus aspectos conceituais e teóricos, com o objetivo de levantar os porquês que giravam em torno da inserção de peças de vestuário da maison de luxo Dior na composição do figurino de determinadas atrizes em produções cinematográficas específicas.

Na ordem dos resultados, a investigação teve um caráter teórico-reflexivo, pois, conforme Moraes (2008, p.139), seus resultados visaram ser apenas teóricos através da avaliação discursiva do objeto de estudo, no caso, apontando os significados construídos em torno da marca Dior por meio da narrativa cinematográfica.

Na esfera da origem dos dados, este estudo teve uma natureza empírica cujo procedimento de obtenção de dados foi analítico, uma vez que parte deles foram obtidos por meio da experiência que o pesquisador teve com as cenas dos filmes, ao detalhá-las, gerando para si mesmo um conjunto de informações que foram utilizadas. (JOHNSON, 2010, pp. 41-42)

De acordo com os objetivos, a pesquisa teve cunho explicativo, pois, após descritas as cenas onde as atrizes que vestem a marca Dior apareceram, trouxemos à tona os porquês da utilização dos diversos elementos do filme, enunciando os sentidos construídos durante o decorrer dos acontecimentos. Assim, tivemos “como preocupação central identificar os fatores que determinavam ou contribuíam para a ocorrência do fenômeno observado” (BERTUCCI, 2009, p. 49).

Consoante à natureza dos dados, esta monografia foi objetiva, já que os filmes analisados forneceram os dados ao pesquisador, e este os discutiu, sem que fosse necessário outrem que intermediasse, por meio de suas opiniões e valores, essa relação entre o objeto de estudo e o cientista. (MACHADO, MAIA, LABEGALINE, 2007)

Com relação ao foco de interesse, a pesquisa foi qualitativa, visto que teve como objetivo a interpretação e atribuição de significado ao fenômeno observado. (MARCONI, LAKATOS, 1985)

Com referência ao grau de generalização dos dados, foi feito um estudo por amostragem, uma vez que foi estudada apenas uma parcela da quantidade total de

filmes que tiveram o figurino das personagens principais composto parcial ou totalmente por peças da marca Dior. (MARCONI, LAKATOS, 2010)

3.2 MÉTODO DE ABORDAGEM

O método de abordagem aqui empregado foi o dedutivo, pois partiu-se de premissas e teorias gerais que guiaram o pesquisador na tentativa de explicar o fenômeno particular da construção da personalidade de marca da Dior por meio de figurinos cinematográficos. (MARCONI, LAKATOS, 2010)

3.3 MÉTODOS DE PROCEDIMENTO

Com relação aos métodos de procedimento, utilizamos o método histórico, ao investigarmos “acontecimentos, processos e instituições do passado” (MARCONI, LAKATOS, 2010, p. 88). Usamos, também, o método funcionalista, durante o desenvolvimento da pesquisa, ao identificarmos as funções dos diversos elementos que compõem os filmes que analisamos, reconhecendo-os como “diferenciados, inter-relacionados e interdependentes” (MARCONI, LAKATOS, 2010, pp. 92-93).

3.4 TÉCNICAS DE PESQUISA

Em relação às técnicas de pesquisa empregadas nessa monografia, apontamos a pesquisa bibliográfica, que norteou este trabalho e se deu por meio de fontes já publicadas, fosse em “formato escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto” (MARCONI, LAKATOS, 2006, p. 71), e teve como objetivo a apreensão das teorias que fundamentam esse estudo, o levantamento histórico, entre outros. Fizemos, também, uma pesquisa documental, por meio dos filmes, que se apresentavam como fontes primárias retrospectivas e não-escritas que ainda necessitavam ser analisadas pelo pesquisador (MARCONI, LAKATOS, 2006, pp. 62-63). A terceira técnica utilizada foi a da observação estruturada, aplicada durante a descrição das cenas dos filmes, ao utilizarmos nossos cinco sentidos na obtenção dos aspectos que compõem nosso objeto de estudo, e organizá-los numa estrutura textual.

3.5 FERRAMENTAS DE PESQUISA

Acerca das ferramentas de pesquisa, foram utilizadas ferramentas conceituais, por meio de três modelos de análise de imagens utilizados em conjunto para realização deste estudo. Entendemos ferramentas conceituais como “os instrumentos teóricos que permitem ao sujeito comunicar e interpretar os fenômenos observados” (BARBOSA et al, 2012, p.86).

O primeiro e principal modelo de análise utilizado foi o método de análise semiótica para imagens (PENN, 2002), segundo o qual devíamos seguir alguns passos para realização da análise: (1) escolher um material para investigação; (2) descrever os elementos que constituem o objeto de estudo; (3) inferir conotações a partir dos elementos descritos cotejados com os significados que estruturam a narrativa da imagem e com os contextos sociais e históricos que permeiam a obra; (4) concluir a análise e conferir se todos os elementos foram interpretados em suas inter-relações; (5) criar uma forma de apresentação dos resultados, como por meio de uma tabela ou texto.

Para guiar o olhar aos significantes dos filmes, os quais foram descritos e depois interpretados, usamos as ferramentas de análise fílmica (JULLIER, MARIE, 2012), as quais foram utilizadas para “leitura” das cenas, e são compostas por essas partes: (1) ponto de vista; (2) comprimento do eixo da objetiva; (3) lateralidade do plano; (4) verticalidade do plano; (5) movimentos de câmera; (6) luzes e cores; (7) combinações audiovisuais, e (8) a história que é contada no filme. O cenário não consta como parte da análise proposta por Jullier e Marie (2012), pois os autores procuram se debruçar sobre os aspectos que são mais intrínsecos à linguagem do cinema, e consideram que o cenário se apresenta em várias outras instâncias há muito tempo, como no teatro. Entretanto, decidimos colocar o cenário como o nono item a ser observado e interpretado, visto sua grande importância para a contextualização e construção da narrativa cinematográfica.

O *ponto de vista* diz respeito ao local onde a câmera é colocada, o qual corresponderá, naturalmente, ao ponto de “observação da cena” (JULLIER, MARIE, 2012, p. 22).

O *comprimento do eixo da objetiva* refere-se à extensão dos planos tendo como referência o corpo humano. Geralmente, é dividido em três tipos: plano médio, close-up e plano geral. Plano médio acontece quando a câmera “apresenta o sujeito em sua

unidade com um mínimo de ‘ar’ em cima e/ou em baixo” (ibidem, p. 24). Close-up ocorre “quando a unidade do sujeito é rompida e se isola uma de suas partes” (ibidem, p. 24), o que não necessariamente quer dizer apenas o foco no rosto, mas em qualquer parte que se deseje evidenciar. Plano geral apresenta o sujeito, mas amplia a visão do ambiente onde ele se insere.

Na *lateralidade do plano*, o sujeito pode estar centralizado ou descentralizado na imagem que se forma na tela. Com relação à *verticalidade do plano*, a câmera pode ser alta, quando seu eixo descende na direção do sujeito; ou pode ser baixa, quando seu eixo ascende na direção do sujeito. (Ibidem, p. 26)

Quanto aos *movimentos de câmera*, distingue-se, em geral, duas formas, as quais seguem a maneira do corpo humano se movimentar: “os movimentos panorâmicos (que correspondem à ação de virar a cabeça) e os movimentos de travellings (similar ao deslocamento do corpo inteiro de modo retilíneo)” (ibidem, p. 33).

A análise das *luzes e cores* engloba a relação da luz e sombra, direção de luz, quantidade de luz, e contrastes gerados pelas várias fontes de luz na cena, assim como as diversas nuances de cores que compõem o plano. (Ibidem, pp. 37-38)

Com relação às *combinações audiovisuais* no cinema, sabe-se que os sons podem ser divididos em ruídos, música e palavras/vozes. “O som pode não remeter a nada, senão a si próprio ou remeter sobretudo à fonte da qual emana ou ao símbolo que o acompanha” (ibidem, p. 39).

Os filmes costumam possuir vários *cenários*, que podem ser definidos com os lugares onde as cenas se passam e os objetos neles contidos. (DUBOIS, 2004)

A maioria dos filmes partilham a característica de envolverem o público em uma narrativa, uma *história* que é construída no decorrer das cenas. Esse elemento necessita de bastante atenção, pois as escolhas estéticas estão submetidas às necessidades da narrativa. (JULLIER, MARIE, 2012)

Em conjunto às ferramentas de análise fílmica, utilizamos os critérios de análise para imagens de moda definidos por Maciel e Miranda (2009), ao dissecarmos o traje de cena de acordo com (1) a forma, (2) a cor, (3) o material, (4) a composição do vestuário e (5) o gestual do personagem que o veste.

O primeiro critério de análise, a *forma* da roupa usada pelo personagem, visa à observação das modelagens, caimento, volumes, cortes e comprimentos. Enfim, os contornos que criam a estrutura do vestuário.

A cor é “muitas vezes, o primeiro elemento a ser percebido no design de um produto” (SEIVEWRIGHT, 2015, p. 19); ao observá-la, é importante prestar atenção no seu matiz (cores espectrais ou reais), na luminosidade (nível de luz que possui a cor, tornando-a clara ou escura) e na saturação (quanto maior o grau de pureza da cor, com relação ao quanto ela é ou não é misturada ao cinza, maior será sua saturação). (GUIMARÃES, 2000, pp. 55-56)

O terceiro elemento é o *material* com o qual o figurino é feito, tais como tecidos, aviamentos, objetos aplicados sobre o tecido e materiais usados nos acessórios.

O quarto critério refere-se ao modo como a *forma*, a *cor* e o *material* estão compostos em cada peça de roupa ou acessório, e como cada peça está colocada sobre o corpo e se inter-relaciona com as demais.

A última unidade que deve ser estudada é o *gestual* do personagem que veste o figurino. Aqui, observa-se como o indivíduo usa as roupas e como se comporta em cena.

3.6 AMOSTRAGEM

Como referido anteriormente, nossa pesquisa fez a seleção dos filmes e cenas analisadas por meio da amostragem, a qual se refere à escolha de uma parcela de itens entre vários outros que compõem um conjunto maior. (MARCONI, LAKATOS, 2010)

Desde o lançamento da marca, em 1946, até os dias atuais, a Dior tem vestido atrizes em narrativas cinematográficas. Entretanto, nós optamos por analisar apenas os filmes dos anos 1950 e 1960, os quais correspondem aos anos em que a Dior dominou o cenário da Alta Costura em nível mundial, e suas criações eram percebidas como a medida máxima do bom-gosto. Apesar do recorte temporal, a quantidade de filmes que constam nessas décadas continuava grande, totalizando quarenta e cinco. Então, decidimos escolher apenas os filmes cujo o livro *Stars In Dior* (HANOVER, 2012) tinha dado maior atenção, apresentando textos e imagens de forma mais detalhada que a simples menção do nome, uma vez que as atrizes desses filmes eram as mais famosas. Além disso, adicionamos alguns outros filmes que possuíam as mesmas atrizes já selecionadas, de modo a proporcionar uma análise mais consistente da persona de algumas delas.

Desse modo, nossa pesquisa inicialmente se debruçou sobre 14 filmes dos anos 1950 e dos anos 1960 onde famosas estrelas tiveram figurino parcial ou completamente composto por roupas da marca Dior (TABELA 2). Todos esses filmes foram analisados conforme a metodologia aqui descrita.

Tabela 2. Corpus inicial de pesquisa com 14 filmes.

Ano	Título Do Filme	Atriz (es)
1950	Stage Fright	Marlene Dietrich
1951	No Highway In The Sky	Marlene Dietrich
1953	How To Marry A Millionaire	Lauren Bacall
1955	Gentlemen Marry Brunettes	Jane Russel; Jeanne Crain
1957	Le Manche Et La Belle	Mylène Demongeot, Isa Miranda
1958	Indiscreet	Ingrid Bergman
1960	The Grass Is Greener	Jean Simmons
1961	Goodbye Again	Ingrid Bergman
1963	Yesterday, Today And Tomorrow	Sophia Loren
1964	Woman Of Straw	Gina Lollobrigida
1964	Paris When It Sizzles	Marlene Dietrich
1966	Arabesque	Sophia Loren
1967	A Countess From Hong Kong	Sophia Loren
1970	The Bear And The Doll	Brigitte Bardot

Fonte. Elaborado pelo autor.

Entretanto, é importante notar que, devido as condições do espaço comumente exigido e disponibilizado para uma monografia, não seria possível apresentar a análise de todos os filmes estudados. Diante disso, depois que observamos e interpretamos todos os quatorze filmes especificados, selecionamos três dentre eles que consideramos mais relevantes, os quais estão distribuídos entre as duas décadas mencionadas e entre os três estilistas que exerceram o cargo de diretores artísticos da maison Dior no período em questão (TABELA 3). Assim, nossa amostragem é não probabilística e intencional, visto que a escolha das décadas e dos filmes se deu de forma proposital, por julgarmos serem os mais representativos do conjunto total. (SILVA, 2009; MARCONI, LAKATOS, 2006)

Tabela 3. Lista de filmes cuja análise será apresentada.

Ano	Filme	Atriz	Estilista
1950	Stage Fright	Marlene Dietrich	Christian Dior
1960	The Grass Is Greener	Jean Simmons	Yves Saint Laurent
1966	Arabesque	Sophia Loren	Marc Bohan

Fonte: Elaborado pelo autor.

Com todos os quatorze filmes em mãos, foram descritas e interpretadas apenas as cenas onde as atrizes que vestiam Dior apareciam, estivessem elas de Dior ou não, pois, mesmo nos filmes onde só havia uma cena em que a personagem principal vestia roupas da marca em questão, era necessário entender a construção da identidade da personagem de forma geral para compreendermos quando e porque o uso de peças da maison era necessário na narrativa.

Saber quais foram as cenas em que o figurino foi composto por peças da Dior exigiu uma busca esmerada em diversos sites e livros. Quando a dúvida restava, considerávamos como autenticamente Dior apenas aquelas peças fotografadas e mencionadas pelo livro *Stars In Dior* (HANOVER, 2012). Entretanto, vale ressaltar que, segundo Hanover (2012), em *Stage Fright* (1950), Marlene Dietrich estava vestida de Dior do início ao término do filme. Além disso, tanto *The Grass Is Greener* (1960) quanto *Arabesque* (1966) expõem nos créditos que a maison Dior foi a responsável pela criação do figurino de Simmons e Loren, respectivamente. Desse modo, podemos inferir que Marlene Dietrich, Jean Simmons e Sophia Loren tiveram seus figurinos compostos inteiramente por roupas da marca Dior nessas produções cinematográficas.

4 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

4.1 O PAPEL DO FIGURINO NA NARRATIVA FÍLMICA

A produção fílmica exige a divisão de trabalho entre vários profissionais especializados provenientes de diversas áreas do conhecimento, os quais constroem um grande capital simbólico que interage fortemente com o imaginário dos espectadores. Tal universo de significados que o cinema evoca aliado ao fato de seu produto final ser intangível o constitui como patrimônio cultural imaterial. (ALMEIDA, 1999; MORIN, 1997)

Entretanto, para que o discurso do cinema se expresse é necessária uma materialidade que dê sustentação ao significado. Tal materialidade diz respeito aos códigos da linguagem audiovisual, sempre portadores de ideologias: cores, movimentos de câmera, cenários, figurino, gestos, vozes, entre outros (ALMEIDA, 1999). Esse conjunto amplo de elementos constitui a estética do filme, a qual dará “voz” aos significados que se pretende comunicar. Essa proposição é confirmada por Morin (1997), que diz que “é por meio do estético que se estabelece a relação de consumo imaginário” (MORIN, 1997, p. 77). Ou seja, a fantasia imaginária do cinema se faz perceber e ser sentida por meio do espetáculo estético do filme.

O vestuário, que está presente nas mais diversas manifestações culturais, servindo como texto da cultura, vai ser inserido, no cinema, em forma de figurino, o qual é constituído por “todos os acessórios e peças de roupas dos personagens” (COSTA, 2002, p. 38).

A escolha, pelo figurinista, de determinados estilos e composições em detrimento de outros, irá constituir a “fala” do figurino, que é individual, intencional e visa comunicar uma informação particular em um momento específico. (COSTA, 2002; KWITKO, 2010)

As principais funções do traje de cena são comunicar o tempo e o espaço em que o filme se desenrola, além de colaborar com a construção das identidades dos personagens, ajudando-nos a perceber questões relacionadas aos sujeitos que o portam, como gênero, personalidade, estilo de vida, sentimentos, além dos arquétipos em que se inserem e dos clichês que ajudam a construir. (COSTA, 2002)

O traje de cena é comumente “criado ou escolhido por um figurinista, de acordo com as necessidades do roteiro e da direção do filme, e as possibilidades do

orçamento” (COSTA, 2002, p. 38). Durante sua concepção, o figurino é pensado para estar em sintonia com os demais elementos da cena em que aparecerá, de modo a melhor expor a narrativa pretendida, à qual está subordinado. É a narrativa do filme que direciona as escolhas estéticas.

4.2 CELEBRIDADES: UMA RÁPIDA ABORDAGEM

A existência da fama não é algo recente. Alguns autores pontuam esse fenômeno como existente desde o mundo antigo, situando inclusive Alexandre, O Grande, e Jesus Cristo como figuras de amplo destaque em suas épocas. Desse modo, afirmam que inicialmente o mundo dos famosos estava reduzido aos limites do universo político, religioso e aristocrático. (ROJEK, 2008; SIMÕES, 2013)

Entretanto, com a queda da aristocracia e a minguante crença em Deus e na afirmação de que o poder dos reis era fruto da vontade divina, fato que teve como marco a Revolução Francesa, o direito ao reconhecimento público passa a ser algo democrático, e qualquer indivíduo pode almejar seus “minutos de fama”, embora isso não se efetive na maioria das vezes e seja enorme a discrepância entre a quantidade daqueles considerados pessoas comuns e daqueles que se tornam celebridades. (ROJEK, 2008)

Na sociedade contemporânea, as celebridades são quase onipresentes, sendo apresentadas diariamente à massa da população por meio das capas de revistas, dos filmes, dos programas de TV e da internet, além de se tornarem motivos de discussões nas conversas do dia-a-dia das pessoas. O termo que dá nome a esses seres, por alguns chamados de semi-deuses (MORIN, 1997), é discutido por Rojek (2008), como se segue:

a raiz da palavra latina do termo é *celebrem*, que tem conotações tanto de “fama” como de “estar aglomerado”. Existe também uma conexão em latim com o termo *celere*, de onde vem a palavra em português *celeridade*, significando “veloz”. As raízes latinas indicam um relacionamento no qual uma pessoa é identificada como possuindo singularidade, e uma estrutura social na qual a fama é fugaz. Em francês, a palavra *célèbre*, “bem conhecido em público”, tem conotações semelhantes. E, além disso, sugere representações da fama que florescem além dos limites da religião e da sociedade cortesã. Em resumo, associa a celebridade a um público, e

reconhece a natureza volúvel, temporária, do mercado de sentimentos humanos (ROJEK, 2008, p. 11).

A partir dessas definições, Rojek (2008) apresenta as celebridades como pessoas que possuem um grande impacto na esfera pública e cujo grau e duração da fama e do reconhecimento serão direcionados através dos sentimentos e percepções do público sobre elas.

Entretanto, diferentemente das figuras famosas da Antiguidade, as celebridades constituem um fenômeno moderno, pois o papel da mídia é necessário e indispensável para produzir a rápida concretização da popularidade entre uma grande massa da sociedade. (ROJEK, 2008)

Ao serem inseridas na lógica mediagênica, as celebridades criam uma articulação entre o social e o pessoal, comunicando amplamente determinados significados que vão ajudar a moldar e reproduzir a cultura popular (MACCRACKEN, 2012; ROJEK, 2008, p. 18-19). Esse processo que torna uma pessoa comum em celebridade é denominado por Rojek (2008) como “celebrificação”, e se resume na popularização de uma pessoa através da mídia, que a integra nas relações de identificação e projeção, de modo que a celebridade - pelo que diz, faz e pelas situações em que é retratada - passa a influenciar o modo como as pessoas enxergam a si mesmas e aos outros, contribuindo, assim, na construção de suas identidades.

Toda celebrificação desemboca na divisão da celebridade em um eu privado e um rosto público. O eu privado diz respeito a quem a celebridade é verdadeiramente como pessoa; enquanto o rosto público, também chamado de persona, diz respeito à imagem pública da celebridade e o modo como o público a percebe.

O desenvolvimento das diversas mídias, inicialmente os meios impressos e hoje até mesmo a internet, possibilita que o rosto público da celebridade esteja sempre acessível às pessoas. Essa acessibilidade é apenas imaginária, pois ao mesmo tempo em que a celebridade, em corpo, está distante, sua presença se faz real por meio dos textos, das fofocas, das fotos, dos filmes, enfim, por meio da representação de sua imagem através dos meios de comunicação. As celebridades suprem a falta de interação que a anonimidade das relações públicas na contemporaneidade causa, servindo como “referências e modelos de papéis para reconhecimento, pertencimento e emulação” (ROJEK, 2008, p. 119).

Uma vez enxertado na lógica capitalista que visa ao lucro, o rosto público das celebridades se torna um bem de consumo para a população, de modo que há um esforço intencional e constante por parte dos produtores em construir a persona da celebridade de uma forma que seja possível mobilizar o desejo dos consumidores. Como afirma Rojek (2008, p. 17), “as celebridades humanizam o processo de consumo de mercadorias”.

Antes do advento da fotografia, o texto verbal (oral e escrito) era o meio pelo qual a persona era criada e difundida, entretanto, com a possibilidade da criação e veiculação de imagens do real, inicialmente com a produção de fotos e posteriormente com o cinema e a televisão, houve a necessidade de se trabalhar com a estetização do rosto público. Para isso, normalmente há a contratação de uma equipe de vários profissionais que trabalham na criação da aparência e na elaboração das aparições públicas das celebridades. Maquiadores, figurinistas, publicitários, empresários culturais, todos em conjunto se empenham em criar uma imagem favorável a ela. A fachada da celebridade é crucial para dotá-la de significados culturais reconhecíveis e desejados pelas pessoas. (MCCRACKEN, 2012; ROJEK, 2008)

De acordo com Rojek (2008), há três grandes abordagens teóricas que consideram o fenômeno da celebridade: o subjetivismo, o estruturalismo e o pós-estruturalismo. Essas três abordagens não definem três tipos distintos de celebridades; elas são, na verdade, formas diferentes de compreender o fenômeno da celebridade de forma generalizada.

Pelo caminho do subjetivismo, uma pessoa alcançaria o status de celebridade por meio do conjunto dos talentos intrínsecos à sua pessoa. As celebridades são consideradas especiais e elevadas em si mesmas e por isso causam a admiração do público; os intermediários entre elas e seus consumidores seriam apenas catalisadores de seus dons, enquanto o papel da população no reconhecimento dessas figuras não seria levado em conta. (ROJEK, 2008)

Do ponto de vista do estruturalismo, a celebridade é fruto da ação manipuladora da mídia que constrói um tipo social forjado e eterno que tem suas bases previamente enraizadas nos fundamentos da cultura, de forma universal. Esse tipo social serviria como modelo que atrai inconscientemente as pessoas, fazendo-as dependentes desse padrão e, assim, controlando as condutas sociais e alienando a população. (ROJEK, 2008)

Entretanto, o viés pós-estruturalista refuta as duas teorias anteriores. No lugar de considerar a celebridade como a representação de um tipo universal, considera-a como um modelo de vida para a sociedade, o qual está em sintonia com o contexto social, cultural e histórico em que se encontra, os quais o influenciam e são influenciados pelo padrão de viver das celebridades. Além disso, o pós-estruturalismo dispensa a ideia de que o sucesso da celebridade está baseado pura e simplesmente na maestria inata da pessoa, e identifica que, embora a celebridade possa ter talentos, tais características têm de ser lapidadas pela produção que cria sua estética e performances². Tal processo de modulação das celebridades ainda terá de passar pela assimilação da audiência. Desse modo, o pós-estruturalismo observa que a construção da celebridade se dá de forma intertextual, a partir das ações de diversas instituições e pessoas sobre seu rosto público. Ou seja, Rojek (2008) afirma que as abordagens pós-estruturalista “fala da celebridade como um campo de produção, representação e consumo [...] e a busca como uma propriedade emergente de interações em um determinado campo de interesse” (ROJEK, 2008, p. 50).

Em suma:

a persona, ou rosto público, é gerida por profissionais que criam a aparência e administram as aparições das celebridades, e através da assimilação e modificação dessa imagem pelas diversas mídias e pelo público. Tais representações, mitificadas em astros pop, participam dos processos de identificação e projeção com a audiência, servindo, assim, como modelos de ser e estar na sociedade, os quais auxiliarão no modo como os grupos sociais compreendem a si mesmos e aos outros (BEZERRA, BATISTA, 2016).

Diante do que tem sido apresentado, podemos dizer que o presente trabalho estuda as celebridades através de uma abordagem pós-estruturalista, de modo que

² Um exemplo disso pode ser observado na ascensão de Sophia Loren como celebridade. Aos quatorze anos ela participou de um concurso de beleza na Itália no qual ficou entre as finalistas. Sua formosura chamou a atenção de Carlo Ponti, um produtor de filmes italiano que conseguiu vários contratos para Sophia Loren atuar como figurante e depois coadjuvante. Suas performances na tela se iniciaram não necessariamente porque ela possuía um grande talento para o cinema, o que seria mais lógico, mas por que sua sexualidade poderia ser explorada nas narrativas fílmicas. Entretanto, até mesmo a beleza das celebridades pode ser manipulada em certa medida pela produção, pois os produtores podem decidir a roupa a ser usada pela estrela, seu estilo de penteado e maquiagem, promover a manipulação de suas imagens através de programas como o Photoshop e até mesmo levá-la a submeter-se a cirurgias plásticas, que são bastante comuns entre os famosos das mídias. Além disso, existem instrumentos como o Auto-Tune, que é um programa eletrônico que serve para corrigir problemas no tom da voz dos cantores e é usado inclusive por grandes celebridades do universo musical como Kesha, Miley Cyrus, Cher, Demi Lovato, Rihanna, Lady Gaga, entre outros. (MORIN, 1989; NOGUEIRA, 2016; SMALL, 2009)

podemos compreendê-las como fenômenos dinâmicos que estão em constante sintonia com as diversas mudanças e permanências que ocorrem na sociedade ao longo do tempo. Através delas as pessoas dão sentido ao mundo, de modo que, como pesquisadores, podemos tomar as celebridades como uma ferramenta para tentar entender os valores que permeiam determinada cultura.

4.3 ESTRELAS: ASSIM NA TERRA COMO NO CÉU

Toda estrela é uma celebridade, entretanto, nem toda celebridade é uma estrela. Conforme o que foi exposto anteriormente, o termo celebridade pode ser aplicado de forma geral a qualquer pessoa que passe pelo processo de celebrificação que foi descrito, não interessa se ela vem do campo político, esportivo, das redes sociais na internet, do meio literário ou qualquer outro. As estrelas, por outro lado, constituem um fenômeno que teve seu início mais recentemente e que está ligado exclusivamente ao mundo cinematográfico.

Podemos, de início, inferir que os conceitos relacionados às celebridades são também aplicáveis às estrelas. Todavia, torna-se necessário visualizar de forma mais próxima o mundo dos astros pop do cinema, os quais são de maior relevância para este trabalho, uma vez que são eles que dão vida ao figurino que portam durante o decorrer das cenas dos filmes.

Durante o início do cinema, os atores não possuíam tanto destaque, seus personagens roubavam a cena e se tornavam mais importantes que aqueles que atuavam. Muitos intérpretes recebiam pouco e seus nomes não constavam nos créditos. Como diz Morin (1989, p. 6), os “filmes eram interpretados por atores anônimos e pobres”. Ainda nesse contexto, havia um esforço para destacar os produtores e a empresa produtora dos filmes, como uma tentativa de gerar uma ligação afetiva entre esses e o público.

É somente por volta de 1909 e 1910 que o ator recebe uma importância maior ou igual ao do personagem da tela, e começa a haver um diálogo entre os dois que desembocará no surgimento da estrela.

Essa interação entre ator e personagem compreende um processo de transferência de significados em que o ator é contaminado pelo mundo simbólico construído em torno do personagem no filme e, por outro lado, o personagem é

construído através dos significados já relacionados ao artista que o interpreta (MACCRAKEN, 2012; MORIN, 1989).

Para entendermos melhor isso, retomemos a ideia de Morin (1989) sobre mito:

um mito é um conjunto de condutas e situações imaginárias. Essas condutas e situações podem ter como protagonistas personagens sobre-humanas, heróis ou deuses [...]. Os heróis atuam a meio caminho entre os deuses e os mortais, aspiram tanto a condição de deus quanto aspiram a libertar os mortais de sua miséria infinita. Na vanguarda da humanidade, o herói é o mortal em processo de divinização. Parentes dos homens e dos deuses, os heróis dos mitos são, muito justamente, denominados semideuses (MORIN, 1989, p. 26).

Os heróis dos filmes que vivem, na tela, os diversos momentos de drama, de ação, de aventura são análogos aos heróis mitológicos, e participam, guardadas as devidas proporções, de um processo divinizador. O ator é uma estrela quando, inserido na narrativa cinematográfica, acaba sendo infectado pelas características divinizadas, imaginárias, de seu personagem, ao mesmo tempo em que fornece as suas próprias características a ele. Portanto, “quando se fala em mito da estrela, trata-se em primeiro lugar do processo de divinização ao qual é submetido o ator de cinema, e que faz dele ídolo das multidões” (MORIN, 1989, p. 26).

A estrela se tornou, a partir dos anos 1919, um dos principais meios deliberadamente utilizados pela indústria cinematográfica para atrair o público ao consumo dos filmes, sendo ponto central da produção e divulgação das películas. Uma vez inserida nessa lógica capitalista do lucro máximo, a estrela, embora precise do público para reconhecer nela sua “divindade”, se torna uma espécie de produto. Morin (1989) denomina de *star system* o conjunto de tecnologias, processos e pessoal que trabalha na produção das estrelas, controlando, em certa medida, o planejamento, a modelação, lançamento e a manutenção de sua aparência e aparições públicas. Por meio dessa manipulação sobre o ator, o *star system* visa dotá-lo de uma superpersonalidade. Essa afirmação é, inclusive, confirmada por Lipovetsky, como segue:

a estrela é imagem de personalidade construída a partir de um físico e de papéis feitos sob medida, arquétipo de individualidade estável ou pouco cambiante que o público reencontra em todos os filmes. O *star system* fabrica a superpersonalidade que é a grife ou a imagem de marca das divas da tela.

[...] O star system redefine, inventa, elabora o perfil e os traços das celebridades (LIPOVETSKY, 2009, p. 31).

Inicialmente, as estrelas eram construídas de modo a evocar um grande distanciamento imaginário entre elas e o público, ao serem inseridas num universo bastante fantasioso, perfeito, de aparência superior e, por isso, considerado inatingível. É por volta de 1930 que as estrelas-deusas começam a se profanar. Embora não percam suas características míticas, os astros do cinema passam a ser embebedados, com maior amplitude, do mundo real, ao serem enxertados em meio a seus pecados, trivialidades, problemas, sentimentos e habitualidades. Isso tornou as celebridades cinematográficas cada vez mais parecidas com o seu público, mas não ao ponto de perder o seu caráter divinizado elementar. É nesse momento em que são fortificadas as relações afetivas dos espectadores em relação às estrelas, por meio dos processos de projeção e identificação. (MORIN, 1989)

Qualquer participação afetiva é um emaranhado de projeções e identificações. [...] Vivemos o espetáculo de uma forma quase mística, integrando-nos mentalmente nos personagens e na ação (projeção) e integrando mentalmente personagens e ação em nós (identificação) (MORIN, 1989, p. 82).

A projeção está ligada ao que falta no espectador, mas é encontrado na estrela. Nesse processo, o público enxerga na celebridade a materialização de suas fantasias sonhos e desejos. É através da projeção que a estrela se torna deusa. Por outro lado, a identificação refere-se àquilo que o observador encontra na estrela que é parecido consigo. Assim, é por meio da identificação que a estrela se torna humanizada.

Esse processo de projeção-identificação desemboca num mimetismo que acontece na vida real das pessoas. Ao se verem como a estrela ou sentirem o desejo de ser como ela é, as pessoas passam a procurar meios de se parecer com ela. (MORIN, 1989)

Desse modo, entende-se que as estrelas se tornam modelos de vida que influenciam a construção das identidades das pessoas. O mito passa a habitar a vida real quando, com o objetivo de possuir os significados e a personalidade construída em torno dos astros, o público passa a se apropriar de suas ideias, aparência, comportamentos e objetos, os quais foram previamente planejados pelo *star system*,

integrando-os real ou imaginariamente em si mesmos. (BEZERRA, BATISTA, 2016; MORIN, 1989)

Esse fato abrange, inclusive, a moda. Embora as empresas de moda tenham grande controle sobre a estética das roupas que aparecerão nos desfiles e nas lojas, as celebridades divulgam fortemente seu modo de se vestir para as massas da população e, uma vez servindo como modelos de vida, direcionam, por vezes, as mudanças na moda, quebrando seus tabus e criando novas regras de vestir. (MORIN, 1989)

4.4 O CINEMA COMO UM MEIO PUBLICITÁRIO

4.4.1 Publicidade e personalidade de marca

Com o desenvolvimento tecnológico, há, cada vez mais, uma standardização dos bens industriais, de modo que hoje encontramos facilmente muitos objetos com funções práticas semelhantes e que podem igualmente suprir nossas necessidades de uso de maneira satisfatória. Tal realidade, aliada à forte competição entre as empresas, desemboca num grande investimento de capital em publicidade, que é usada menos para evidenciar a praticidade dos produtos de forma racional, e mais para conquistar os clientes através da abordagem da sedução e da fantasia, destacando o mundo simbólico ao qual o uso dos artefatos é uma porta de acesso. Desse modo, a publicidade vai tentar transformar os objetos em espécies de celebridades, ao constantemente tentar construir uma personalidade de marca, dotando-a de “um estilo e um caráter”, tornando-as “marcas pessoas” (LIPOVETSKY, 2009, p. 217).

Entendemos que personalidade de marca diz respeito a todas as características às quais uma marca está associada e que podem ser descritas em termos que se aplicam a humanos, como os “termos demográficos (idade, sexo, classe social e raça), de estilos de vida (atividades, interesses e opiniões), ou de características da personalidade humana (como extroversão, afabilidade e confiabilidade)” (AAKER, 2007, p. 142).

Muitos fatores influenciam a construção da personalidade de marca, tanto fatores diretamente relacionados ao produto vendido, como a embalagem, os preços ou os atributos físicos; quanto os fatores não-relacionados ao produto, como as

celebridades endossadoras, o estilo publicitário, os símbolos, e o país de origem da companhia. (AAKER, 2007)

Vários estudiosos (AAKER, 2007; BATISTA, RIBAS, 2016; LIPOVETSKY, 2009; MIRANDA, 2008) concordam que todos os aspectos direta e indiretamente relacionados aos produtos e à marca devem ser elaborados tendo como base os significados de personalidade de marca que se deseja transmitir. As pessoas, então, ao se identificarem ou se projetarem nos significados expressos por meio dessas imagens, poderão ser estimuladas a adotarem as práticas e produtos anunciados para construir suas próprias identidades no meio social em que vivem, fazendo com que a personalidade de marca de fato se efetive.

4.4.2 Transferência de significados no endosso da celebridade

Devido à produção fílmica mobilizar uma grande quantidade de recursos para sua criação, é necessário que o produto final seja disseminado massivamente, para gerar o máximo de lucro. Isso faz com que o cinema fabrique, reproduza e dissemine determinadas representações sociais e visões de mundo de forma homogeneizada para um público heterogêneo e disperso, ou seja, o cinema produz cultura de massa e, desse modo, influencia a maneira como as pessoas compreendem o mundo em que vivem, a si mesmas e aos outros. (MORIN, 1997)

Diante dessa realidade, o cinema se torna alvo de várias empresas que buscam utilizá-lo como um meio publicitário para transmitir determinados significados associados a seus produtos para um público gigantesco (MACCRACKEN, 2012; ROJEK, 2008). Para tal, as marcas utilizam o endosso da estrela inserida no filme, partindo “do princípio de que o reconhecimento público da celebridade [...] pode ser transferido para o bem de consumo num anúncio” (ROJEK, 2008, p.101).

A força do cinema na construção de personalidade de marca se encontra no fato de que a estrela que endossa o produto já está previamente associada a determinados significados culturais reconhecidos amplamente pela sociedade. O que a publicidade tenta fazer é transferir os significados ligados à celebridade para o produto/marca, estimulando assim o desejo de compra. (MACCRACKEN, 2012)

Segundo McCracken (2012), o processo de endosso pode ser explicado pelo modelo de *Transferência de Significado*, o qual é dividido em três estágios.

No primeiro estágio, os significados começam nos papéis cinematográficos que a estrela interpreta, pois ela entra em contato com determinados objetos, pessoas, contextos e narrativas que transferem seus significados aos personagens. Esses significados, então, entram em associação com a própria pessoa da estrela que passa a carregá-los em si mesma através do seu rosto público, como foi visto anteriormente na explicação sobre a origem dos astros do cinema. Por isso, as estrelas são bastante diferentes de um modelo comum. Modelos podem trazer informações mais simples como gênero, classe social e idade, porém as estrelas “oferecem todos esses significados com precisão especial. Além disso, estrelas oferecem um gama de significados de personalidade e estilo de vida que o modelo não pode oferecer” (MCCRACKEN, 2012, p. 119).

No segundo estágio, os publicitários decidem quais os significados que o produto a ser anunciado deve transmitir. A partir disso, considerando restrições de orçamento e disponibilidade, selecionam a celebridade que melhor representa os significados a serem comunicados. A publicidade, então, deve ser elaborada de modo a evocar todos os significados interessantes ao produto, e deve ser construída uma similaridade entre a celebridade e o produto/marca. Desse modo, ao identificar essa semelhança e entender a associação entre ambos, o consumidor poderá aceitar “que os significados da celebridade estão no produto” (MACCRACKEN, 2012, p. 122).

O terceiro estágio é quando o consumidor se apropria dos significados que foram transferidos ao produto pelo endosso da celebridade. Isso se dá através dos rituais de consumo, quando o sujeito compra, usa e exhibe determinados artefatos associados à estrela para se apropriar dos significados percebidos em torno do objeto e, assim, construir seu próprio eu.

Visto isso, de forma ideal, as pessoas comprarão produtos de determinada marca ao se identificarem e se projetarem na celebridade que a promove, buscando no produto um meio de acessar os significados percebidos em seu rosto público. Ou seja, consome-se o produto para consumir a personalidade da estrela e, assim, criar o seu simulacro existencial no e para o mundo circundante. (AAKER, 2007, BEZERRA, BATISTA, 2016; MACCRACKEN, 2012; MIRANDA, 2008; MORIN, 1989; ROJEK, 2008).

5 BREVE HISTÓRIA DA MAISON DIOR

Na França, a segunda metade do século XIX é marcada pela ascensão de Napoleão III ao status de imperador, em 1852, causando a restauração da monarquia e tornando Paris a capital do império. Napoleão III implementou o desenvolvimento e industrialização de Paris, com o objetivo de torná-la um modelo mundial de modernidade. Seu governo é considerado o mais luxuoso desde o Antigo Regime, pois o imperador renovou práticas relacionadas a um estilo de vida cortês, como as regras de etiqueta, os bailes e a exuberância no vestir. (DEBOM, 2011)

Nesse contexto, surgiu o primeiro estilista da história, Charles Worth, o qual instaurou um novo padrão de produção de moda que ficou conhecido como Alta Costura. A partir desse modelo de produção, o estilista criava roupas feitas à mão e sob medida para mulheres nobres e da alta burguesia. Os vestidos deveriam ser produções únicas e criados com tecidos luxuosos. Além disso, Worth foi o primeiro a estabelecer a exposição sazonal de suas criações sobre mulheres de “carne e osso” e a colocar seu nome em etiquetas fixadas nas peças. Ele criou a *Chambre Syndicale de la Haute Couture* que registra as maisons que podem de fato carregar o título de Alta Costura, protegendo, destarte, as criações dos costureiros franceses, uma vez que uma peça só é reconhecida como de Alta Costura se fabricada na França. (DEBOM, 2011; LIPOVETSKY, 2009; MARTIN, KODA, 1995)

Desse modo, a *haute couture* persistia na criação de peças que destacavam principalmente as barreiras de classe e gênero, investindo num público feminino de nível social e econômico muito alto, disposto a pagar os preços exorbitantes das roupas. (LIPOVETSKY, 2009; MARTIN, KODA, 1995)

A Alta Costura era considerada a medida máxima de bom gosto para o vestuário ocidental e, por isso, atraía os olhares da imprensa e ditava as regras de vestir das mulheres em várias partes do mundo. (RAINHO, 2014)

Tida por muitos como uma arte do vestuário, a Alta Costura sofreu grandes abalos quando a Segunda Guerra Mundial teve início em 1 de setembro de 1939.

Logo no primeiro ano da guerra, as coleções femininas de inverno buscaram inspiração no fardamento militar, alargando os ombros por meio de ombreias e tornando a forma dos *tailleurs* mais reta. Essa estética acabou se disseminando e virando uma das principais marcas da moda dos anos 1940 (FIGURA 1). A essa tendência, associou-se as mulheres literalmente fardadas que começavam a encher

as ruas, uma vez que passaram a tomar as vagas de emprego deixadas pelos homens que foram prestar serviço militar na guerra. Algumas delas ocuparam o lugar de seus maridos à frente do negócio familiar, outras, para sustentar a casa, trabalhavam em campos e fábricas, e as “mulheres de vida social, ainda ontem ociosas, se alistavam nos serviços sanitários e sociais” (VEILLON, 2004, p. 27-28).

Figura 1. Mulheres com roupas da moda passeiam em Paris durante a Segunda Guerra Mundial.



Fonte: Coulson, 2015.

As referidas atividades que as mulheres passaram a exercer na sociedade exigiram a utilização de roupas bem mais práticas e simples do que as que elas costumavam usar. Bolsas e chapéus, por exemplo, estavam sendo evitados e, em seus lugares, por vezes, eram utilizadas peças com capuzes e bolsos largos, de modo que o corpo ficasse mais livre para o trabalho. (VEILLON, 2004)

A simplificação das roupas só cresceu quando os materiais começaram a ser racionados e mais da metade dos produtos e matérias-primas francesas foram direcionados para suprir as necessidades dos alemães que, em junho de 1940, tomaram a França e se instalaram com suas tropas em Paris. Até mesmo materiais luxuosos, como as peles, sofreram diminuição em seus estoques de maneira bastante sensível. (VEILLON, 2004)

Com a falta de gasolina, a qual foi transferida para os tanques e carros alemães usados na guerra, a bicicleta passou a ser o principal meio de transporte dos

franceses. Para tornar a viagem mais confortável, as mulheres começaram a usar a saia-calça, a qual era bifurcada na frente (FIGURA 2). (VEILLON, 2004)

Figura 2. Mulher portando a saia-calça.



Fonte: Veillon, 2004, p. 44.

Durante a guerra, muitas revistas de moda se dedicaram a educar as mulheres com conselhos que pretendiam ajudá-las a aproveitar o máximo possível o que já possuíam de matéria-prima em casa para criarem suas próprias roupas. Entre os conselhos mais comuns estavam o de reutilização de materiais, como, por exemplo, reaproveitar uma cortina para fazer um vestido, ou criar uma bolsa nova por meio de uma saia antiga; e o uso de matérias-primas substitutas, como, na falta de tecidos grossos e quentes, preencher a roupa com jornal para o corpo ficar mais aquecido no inverno, ou substituir os solados de couro pelos de madeira. (VEILLON, 2004)

Todos os conselhos dados na mídia, que ao longo dos meses tendem a se tornar idênticos, podem ser resumidos em poucas linhas: os tempos são duros, vocês não têm o direito de desperdiçar, estamos numa época em que o menor retalho de fazenda é precioso, saibam tirar partido de tudo. É um dever nacional (VEILLON, 2004, p. 104).

A moda foi afetada ao extremo quando foi instaurado, em julho de 1941, um sistema de tíquetes que controlava o consumo de vestuário dos parisienses, os quais recebiam um cartão de onde os tíquetes eram retirados, dando-lhes o direito de comprar, mais ou menos, uma muda completa de roupas por ano. (BAUDOT, 1999; VEILLON, 2004)

Além disso, várias medidas foram impostas sobre a moda, numa tentativa de controlar os gastos de materiais. Determinados tipos de roupas foram proibidos de serem fabricados e outros tinham o uso de material controlado, como o cinto de couro que não deveria ter mais de 4 cm de largura. (VEILLON, 2004)

Enfim, a moda feminina parisiense, durante a Segunda Guerra Mundial, versava principalmente sobre a praticidade, austeridade e masculinização, não só nas camadas inferiores da sociedade, mas inclusive a Alta Costura foi afetada pelos males da guerra, pois houve um decaimento da noção de refinamento e feminilidade em torno dos artefatos que produzia. Isso levou ao decreto antecipado, principalmente pelo mercado de moda norte-americano, da morte dessa arte do vestuário e do fim do reinado de Paris como capital mundial da moda. (BAUDOT, 1999; POLLINI, 2007; VEILLON, 2004)

O fim da guerra, em setembro de 1945, não trouxe consigo a volta instantânea da felicidade e do glamour. Na Europa, muitas cidades estavam destruídas pela guerra, a economia estava quebrada e o terror causado pelo holocausto ainda fazia eco. Além disso, várias casas de Alta Costura permaneciam fechadas, como a maison Chanel e Vionnet, enquanto outras tiveram suas atividades transportadas para a América do Norte. (BAUDOT, 1999; SINCLAIR, 2012; VEILLON, 2004)

Entretanto, do outro lado do Atlântico, os tempos pareciam ser dos melhores. Durante a guerra, houve um grande avanço tecnológico nos Estados Unidos, causado principalmente pelas indústrias de armamentos e demais suportes para as batalhas, que resultou em melhorias “impressionantes na produção de motores, plásticos, equipamentos eletrônicos e outros componentes que serviriam de base para a expansão industrial fenomenal das décadas seguintes” (CARDOSO, 2008, p.160). Somado a isso, os Estados Unidos tiveram uma grande ampliação da sua zona industrial, uma vez que foram um dos principais fornecedores de equipamentos e matérias-primas consumidos por vários países do mundo.

Ao término da guerra, houve uma grande preocupação nos Estados Unidos em redirecionar as atividades dessas fábricas para outros objetivos, uma vez que a

demanda por trabalho aumentava, conforme os homens regressavam da guerra, e a possível paralisação das atividades poderia significar o retorno a uma profunda crise financeira e instabilidade política. (CARDOSO, 2008)

Sendo assim, a primeira solução encontrada foi direcionar as atividades das indústrias para a recuperação dos países europeus que foram destruídos durante a guerra, por meio do plano Marshall. Além disso, os Estados Unidos passaram a subsidiar a venda de armamentos para várias nações, chegando até mesmo a doar boa parte da produção de armas. A terceira solução estava na reestruturação dos processos produtivos das indústrias, com o objetivo de gerar outros bens de consumo que pudessem ser obtidos por grande parte da população. (CARDOSO, 2008)

A mesma fábrica que produzia tanques poderia ser reequipada para produzir automóveis; a fábrica que produzia aviões de guerra, para produzir aviões comerciais; a fábrica que produzia tubos de plástico por extrusão, para produzir bambolês; e assim por diante (CARDOSO, 2008, p. 164).

Essa terceira solução, no entanto, exigia que houvesse uma grande demanda por esses produtos, para que a máquina industrial permanecesse girando. Uma vez que no fim dos anos 1940 boa parte da sociedade americana já possuía bens como geladeiras, fogões e automóveis, os consumidores passaram a ser estimulados, então, a trocarem seus artefatos por outros novos, mesmos que os atuais estivessem em ótimo funcionamento, para assim os níveis de vendas das empresas continuarem subindo e a saturação do mercado ser evitada. (CARDOSO, 2008)

Para isso ser possível, a liberação de crédito pessoal foi aumentada e a introdução do cartão de crédito em 1950 tornou ainda mais fácil e acessível a compra de diversos produtos de forma parcelada. (CARDOSO, 2008)

Com a instauração definitiva do crédito como alavanca para o crescimento econômico, pode-se dizer que os Estados Unidos passaram de um estágio de organização econômica baseada no consumo simples (comum a diversas outras sociedades durante dos séculos XIX e XX) para o estágio inédito de uma sociedade consumista, no qual o consumo se torna força motriz de toda a economia e no qual a abundância e o desperdício se tornam condições essenciais para a manutenção da prosperidade (CARDOSO, 2008, p. 165).

Enquanto durante a guerra, a austeridade era um dever nacional, o período pós-guerra contempla justamente o contrário: consumir exagerada e repetidamente se torna o dever de todos os cidadãos que querem ver a economia nacional firme. Assim, o “*American way of life* passou a receber uma confiança ilimitada” (CARDOSO, 2008, p.165, adaptado) e foi disseminado pela Europa, através do plano Marshall, apelidado, por alguns, de “coca-colanização” do mundo europeu.

A prosperidade econômica não foi a única mudança social importante durante o período do pós-Segunda Guerra Mundial. Outro fator a se levar em conta foi a volta das mulheres às suas posições de mães e donas-de-casa em tempo integral, depois de longos anos substituindo os homens nos campos e nas fábricas, além de contribuírem nos esforços de guerra (CARDOSO, 2008; MENDES, DE LA HAYE, 2009). Assim, a imagem da “amazona forte e corajosa” que era veiculada nos tempos de guerra, principalmente pelos governos que queiram incentivar o trabalho feminino, dá lugar à imagem de uma mulher mais submissa, delicada e preocupada com as frivolidades da vaidade (características consideradas, de um ponto de vista machista, como “naturalmente femininas”), a qual foi bastante disseminada por publicidades de eletrodomésticos e cosméticos, por exemplo, que desejavam identificar seus produtos com o público feminino. (CARDOSO, 2008)

Foi nesse contexto histórico do pós-guerra, marcado por um período de paz, prosperidade econômica e volta a uma feminilidade romântica, em que surgiu a maison de Alta Costura Dior, que foi inaugurada em Paris no ano de 1946 pelo estilista Christian Dior e seu sócio, Marcel Boussac, o qual investiu 6 milhões de francos para sua criação. (BEZERRA, BATISTA, 2016; HANOVER, 2012; SINCLAIR, 2012)

O primeiro desfile da companhia ocorreu em 12 de fevereiro de 1947, no luxuoso salão da maison na Avenue Montaigne, nº 30, em Paris. Os representantes da imprensa mundial estavam presentes para assistir à coleção “*Corolle*”, a qual já vinha causando burburinhos nas revistas, como na *Women’s Wear Daily*, dos Estados Unidos, que, ainda em 1946, já havia comentado que em pouco tempo a maison Dior abriria suas portas. (FRIED, 1994; OKAWA, 2008; SINCLAIR, 2012)

Tal foi o deslumbre que a estética lançada por Dior causou que rapidamente a editora da versão americana da Harper’s Bazaar, Carmel Snow, fez questão de rebatizá-la com o nome de New Look, que em português poderia ser traduzido como “Novo Visual” (SINCLAIR, 2012). Porém, a estética não era tão nova assim. Em seu primeiro desfile, a Dior renovou um modelo de vestuário que encontra suas bases nas

roupas usadas pelas cortesãs francesas do Antigo Regime (FIGURA 3), de maneira que a marca rompeu com a moda dos tempos da guerra, ao renovar o luxo e certa feminilidade delicada, glamorosa, romântica e ociosa, por meio da valorização de ombros naturais, muitas vezes desnudos; seios elevados e em destaque; corpetes justos e, por vezes, espartilhados; cinturas marcadas; saias amplas e longas, feitas com tecidos caros e em excesso (FIGURA 4). Desse modo, podemos inferir que o New Look se ajustava às mudanças sociais da época, a qual ficou marcada pela prosperidade econômica e a volta à uma idealização tradicional do feminino. O New Look era uma fuga das tristezas relacionadas ao tempo agonizante da Segunda Guerra Mundial. (BEZERRA, BATISTA, 2016)

Figura 3. Retrato de Maria Antonieta, por Vigée-Lebrun, 1779.



Fonte: Cosgrave, 2005, p. 168.

Figura 4. Vestido de Alta Costura da maison Dior, criado em 1949.



Fonte: Metropolitan Museum of Art, 2015.

A marca Dior ajudou a reerguer a Alta Costura, pois “conhecia muito bem a história da *haute couture*, de modo que convocou novamente as mais finas habilidades para esse tipo de produção” (MARTIN, KODA, 1995, p. 112, tradução nossa). Assim, a maison reafirmou Paris como capital mundial da moda, contrariando as más perspectivas dos países que queriam tomar esse posto; e suas coleções passaram a atrair a atenção da imprensa global, que disseminou o New Look amplamente, fazendo com que as cinturas marcadas e saias amplas fossem incorporadas, guardadas as devidas modificações, por diversas camadas sociais no Ocidente, através das mãos de donas-de-casa que possuíam máquinas de costura, e das lojas que vendiam roupas com uma estética baseada nos lançamentos da maison. (LOPES, 2014)

Entretanto, o desejo de Dior nunca foi que o modelo do New Look se disseminasse para estratos mais baixos da sociedade, mas que ficasse reservado para as mulheres mais ricas e elegantes do mundo (BARNARD, 2003; SINCLAIR, 2012). Suas peças eram sinônimo de glamour e superioridade social. Enquanto as saias durante a guerra podiam ser produzidas com 68 centímetros de tecido, devido à escassez de materiais; as saias da Dior, com suas diversas camadas de anáguas,

caudas e decorações, chegavam a consumir até 80 metros de fazenda luxuosa (POLLINI, 2007). Esse é um dos motivos das coleções da Dior serem tão exaltadas, elas se ajustavam ao tempo de consumismo e prosperidade dos anos 1950.

Além disso, a cada desfile, Dior trazia mudanças facilmente perceptíveis à estética original do New Look, fazendo com que a coleção anterior sempre se tornasse ultrapassada e, assim, contribuía para que a indústria girasse e produzisse sem parar, uma vez que trabalhava sob a ideia da obsolescência estilística (SINCLAIR, 2012). Um exemplo disso é o contraste entre as linhas estéticas “A” e “Y” (FIGURA 5), as quais foram lançadas em 1955, respectivamente na primavera e no outono.

O ano 1955 viu o cume da agitação que costumava ser criada em torno de Dior. Ele anunciou a linha “A” para a primavera. Essa silhueta, cujo ombro era muito estreito, formava uma espécie de triângulo a partir da linha da cintura e continuava a alargar-se até a barra. A linha “princesa” já tinha renunciado tal mudança, mas nenhuma coleção tinha mudado tanto as formas iniciais do New Look. No outono, seguiu-se a linha “Y”, a qual deslocava a concentração de tecido e, visto isso, o foco da roupa, de baixo para a parte superior do corpo (MARTIN, KODA, 1996, p. 161, tradução nossa).

Figura 5. Tailleur da linha estética “A” e tailleur da linha estética “Y”.



Fonte: Metropolitan Museum of Art, 2016a; Genty, 2016.

Outro traço importante nas produções de Dior era a valorização do corpo feminino. Na verdade, as roupas moldavam esse corpo, aos destacarem suas partes mais particulares (seios, cintura, quadris), como podemos ver na imagem do tailleur “bar”, o qual virou um ícone do New Look (FIGURA 6). Dessa forma, Dior criava um

grande contraste com o corpo masculino, que, quase sem exceção, portava ternos de modelagem reta na época. Na coleção Corolle, algumas modelos usavam espartilhos de barbatana de baleia, uma delas chegou a comentar: “nunca vi um vestido tão impressionante. Não consigo andar, comer ou sequer sentar” (SINCLAIR, 2012, p. 28). Desse modo, Dior contribuía para enaltecer uma mulher delicada e ociosa, a qual não precisaria exercer as mesmas atividades pesadas e cansativas que as mulheres prestaram durante a Segunda Guerra Mundial, e que, novamente, estavam reservadas somente aos homens. O New Look reiterava, assim, uma ideia de feminilidade bastante tradicional e contrastante com tudo o que era masculino, de maneira tal que exacerbava as barreiras de gênero representadas no vestuário.

Figura 6. Tailleur “Bar”, criado em 1947.



Fonte: Metropolitan Museum of Art, 2016b.

É significativo notar que recorrentemente as criações da Dior se inspiravam nas flores, fato que tem uma forte ligação com o rococó e o romantismo aristocrático.

Um dos quadros mais famosos do rococó é intitulado *Festa num Parque* (FIGURA 7), o qual retrata nobres em um ambiente campestre. Todos estão vestidos luxuosamente, enquanto descansam e brincam com algumas rosas. As cores e as formas são delicadas e as expressões são quase melancólicas. Essa pintura é bastante fantasiosa, pois retrata o ideal romântico dos aristocratas que vão buscar num passado idealizado por meio da imagem de um estilo de vida bucólico, o local onde, embo-

ra reiterado o luxo, se desfrutaria de plena liberdade, longe da corte, e poder-se-ia viver livremente e experimentar o amor verdadeiro. (ELIAS, 2001; GOMBRICH, 2012)

Figura 7. Festa Num Parque, por Antoine Watteau, 1719.



Fonte: Gombrich, 2012, p. 454.

O romantismo é transposto para as criações da Dior, seja por meio das amplas saias que lembram flores de ponta-cabeça; das cores suaves; ou mesmo das estampas e bordados florais; elementos que muitas vezes estão aliados a tecidos luxuosos e delicados como a organza de seda (FIGURA 8).

Figura 8. Vestido “May”, criado em 1953.



Fonte: Metropolitan Museum of Art, 2016c

A Dior ditou a moda até meados de 1960, influenciando, inclusive, muitos outros costureiros que faziam suas próprias releituras do New Look. A marca era tão desejada que suas vendas, na década de 1950, chegaram a corresponder à 75% de todas as exportações de Alta Costura francesa, e 50% das exportações de Alta Costura para os Estados Unidos. Por meio dos contratos de licenciamento, o nome Dior foi espalhado por mais de 87 países, aparecendo em chapéus, meias, gravatas, bolsas, perfumes, entre outros produtos. Todos queriam experimentar um pouco daquele glamour. (BAUDOT, 1999; BETTS, 2010; SINCLAIR, 2012)

Em 1957, Dior morreu, gerando um alvoroço com relação ao destino da maison, a qual, alguns pensaram, poderia afundar sem o espírito criativo do seu fundador. Yves Saint Laurent, antigo aprendiz de Dior, foi colocado em seu lugar e permaneceu no posto de estilista até 1960.

Laurent entrou na direção artística da empresa com o desafio de perpetuar a imagem aristocrática da Dior, porém tornando-a mais atualizada com a época contemporânea a ele. Sua primeira coleção, na primavera/verão de 1958, traduziu bem esses dois conceitos, ao apresentar a linha “trapézio”, que tinha um caráter visionário, já anunciando a moda mais andrógina dos anos 1960. Essa estética transmitia uma imagem de mulher-menina (FIGURA 9). O look era mais largo, solto e descomplicado visualmente, além de possuir um comprimento menor. Esse estilo inspirava a tradição da marca, principalmente pela matéria-prima, estrutura e modo de produção, porém era mais descontraído, mais contemporâneo, menos antigo, ajustando-se ao espírito de jovialidade que imperou nos anos 1960. (BATISTA, BEZERRA, 2015b; METROPOLITAIN MUSEUM OF ART, 2015b. SINCLAIR, 2012.)

A figura 9 mostra um dos modelos da coleção *Trapèze*, de 1958. Essa peça de vestuário “antecipou os minivestidos tubinhos dos anos 1960, mas manteve a subestrutura dos anos 1950. Sua aparente amplitude a partir dos ombros foi, na verdade, conseguida por meio do tradicional espartilho por baixo” (METROPOLITAIN MUSEUM OF ART, 2016c).

Figura 9. Vestido “Bonnes Vacances”, da coleção “Trapèze”, 1958.



Fonte: Metropolitan Museum of Art, 2016d.

Na imagem abaixo (FIGURA 10), vemos um casaco da coleção do ano seguinte, na qual Laurent dá continuidade à linha trapézio; porém, nesse exemplar, percebe-se que a peça não possui nenhuma estrutura por baixo, ela é completamente solta. Por outro lado, seu material, lã, já fazia parte do vocabulário de moda da maison desde o primeiro desfile em 1947, o que reitera certa noção de continuidade e tradição.

Figura 10. Casaco seguindo a linha estética “Trapèze”, 1959.



Fonte: Metropolitan Museum of Art, 2016e.

Apesar do sucesso inicial de Yves Saint Laurent na maison Dior, sendo, inclusive, reportado como salvador da França pela Vogue, por causa do seu primeiro desfile (SINCLAIR, 2012); Laurent foi bastante criticado pela coleção Beatnik, de 1960, na qual lançou um casaco preto feito de couro de crocodilo (FIGURA 11), o qual era uma referência à moda de rua e a filmes como *O Selvagem* (1953) e *Juventude Transviada* (1955), numa aspiração a trazer certa jovialidade à marca Dior. Entretanto, os looks pareceram rebeldes demais para o gosto das elegantes consumidoras da marca e para os sócios da empresa.

Figura 11. Jaqueta “Chicago” da coleção “Beatnik”, 1960.



Fonte: Metropolitan Museum of Art, 2016f.

Em 1961, Yves Saint Laurent deixou a marca Dior, depois de constantes conflitos com o dono da companhia. Marc Bohan, outro trabalhador da maison, tomou seu posto, permanecendo no cargo por mais de trinta anos. Ele tinha bem mais experiência que Laurent, pois já estava trabalhando há aproximadamente 15 anos no ramo da Alta Costura em maisons como a de Robert Piguet, de Molyneux e de Patou. (FIDM MUSEUM, 2016)

Bohan entendia que não seria possível manter as linhas originais do New Look nos anos 1960, uma vez que progressivamente as mulheres entravam no mercado de trabalho e passavam a ter um estilo de vida mais dinâmico, onde os espartilhos e saias de vários metros estariam fora de questão para o dia-a-dia. Entretanto, ele não podia cometer o mesmo erro de seu colega e acabar chocando seus clientes a ponto de causar repulsa. Desse modo, Bohan criava roupas elegantes, sofisticadas e delicadas,

mas com linhas retas que as tornavam mais práticas e usáveis, além de conferir comprimentos mais curtos às peças (FIGURA 12). Assim, o estilista criava um diálogo entre a tradição da marca e as tendências contemporâneas dos anos 1960, década bastante marcada pelo estreitamento das barreiras de gênero (refletida nas roupas mais retas e práticas, com referências ao traje masculino) e pela valorização da jovialidade e maior liberdade sexual (mais corpo à mostra). (BETTS, 2010; FIDM MUSEUM, 2016)

Figura 12. Conjunto “Teheran”, criado por Bohan para a Dior em 1962.



Fonte: Metropolitan Museum of Art, 2016g.

Uma das frases mais referenciadas de Bohan é “*N’oubliez pas la femme*” (Não esqueçam a mulher, em tradução livre), a qual, de acordo com Betts (2010, p. 116), foi publicada pela revista Vogue em 1964. Ela reflete o desejo de Bohan em direcionar as suas clientes aos novos rumos que a moda trazia, porém, reconfortá-las, ao reiterar incessantemente certo ideal de mulher delicada, romântica e glamorosa, que é uma das marcas mais fortes da maison.

5.1 DIOR E O CINEMA: UMA INTRODUÇÃO ÀS ANÁLISES

Nascido em uma rica família, o estilista Christian Dior (1905-1957) teve o privilégio de vivenciar com profundidade o universo artístico de sua época. Ele abriu, inclusive, sua própria galeria de arte, na década de 1920, onde chegou a exibir trabalhos do seu amigo Salvador Dalí. (MÜLLER, 2012)

Seus talentos artísticos foram direcionados para o cinema no ano de 1942, ao criar o figurino do filme *Le Lit à Colonnes* (1942). Antes de se tornar um *couturier*, ainda foi figurinista de outros sete filmes franceses. (MÜLLER, 2012)

Mesmo a partir de 1946, trabalhando na maison que leva seu nome, Dior não deixou de lado sua relação com a máquina de sonhos que é o cinema, aproveitando-o como um meio de disseminar sua marca e produtos para uma audiência global.

Desde a inauguração da empresa até o ano de 2011, pelo menos 83 filmes tiveram o figurino das atrizes principais parcial ou completamente composto por peças da marca em questão. Essas peças, por vezes, eram looks dos desfiles de Alta Costura, os quais eram escolhidos pelos cineastas e figurinistas conforme as necessidades da narrativa, mas também, frequentemente, em função do gosto pessoal das atrizes, que costumavam ficar com as peças ao fim das gravações³. Em outras ocasiões, as roupas eram criadas desde o início sob as medidas das estrelas. É importante notar que as peças da marca que iam parar nos sets de gravação seguiam as linhas estéticas dos demais produtos que eram vendidos nas lojas da *griffe*. Assim, qualquer mulher que assistisse aos filmes poderia encontrar ou encomendar à maison objetos de aspecto semelhante. (HANOVER, 2012)

Isso mostra uma relação muito forte entre a Dior e o mundo do cinema, a qual será explorada com mais profundidade nos próximos capítulos, a partir de três filmes que tiveram essa associação entre marca, filme e estrela construída de maneira bastante representativa. São eles: *Stage Fright* (1950), *The Grass Is Greener* (1960) e *Arabesque* (1966).

³ Em *Stage Fright* (1950), por exemplo, a própria Marlene Dietrich solicitou a utilização de traje de cena criado pela Dior. Ao fim das gravações, ganhou 25% de desconto sobre o valor original do seu figurino, ficando com as peças de roupas para si (HANOVER, 2012). “Em 1966, quando Stanley Donen estava fazendo o filme *Arabesque*, Sophia Loren solicitou ser vestida com criações de Marc Bohan, seu amigo e sucessor de Christian Dior na maison Dior. Antes mesmo de começar a memorizar suas falas, Loren foi a Paris para provar algumas vestimentas com Bohan e Roger Vivier (o então designer de sapatos da Dior, que fez 25 pares de sapatos para o filme). Ao todo, a conta feita na Dior somou 125 mil dólares, o equivalente a quase um quarto do salário da superestrela, Sophia Loren” (HANOVER, 2012, p. 126, tradução nossa).

6 STAGE FRIGHT - 1950 - MARLENE DIETRICH

6.1 A PERSONA DA ATRIZ MARLENE DIETRICH

Marie Magdalene Dietrich, mais conhecida pelo nome artístico de Marlene Dietrich, nasceu em Berlim, Alemanha, em 1901, iniciando sua carreira nacional como atriz em 1923. Entretanto, foi o filme intitulado *Anjo Azul* (1929) o primeiro a estereotipá-la internacionalmente como uma *sex symbol* à moda das *femmes fatales*, consolidando-a, assim, como a representação de uma mulher dominadora e persuasiva, com um poder de sedução feminino que hipnotiza e leva à perdição os homens que por ela se apaixonam. (BACH, 1992; SAVINO, 2014)

O grande sucesso desse filme levou a indústria cinematográfica norte-americana a contratá-la para atuações em papéis principais, os quais garantiram sua fama mundial. Devido às produções bem-sucedidas que se seguiram, ela se tornou a atriz mais bem paga do mundo, no seu tempo. Isso lhe permitiu uma vida regada à luxo, tornando-a conhecida “como um ícone do glamour” (BACH, 1992, p. 310, tradução nossa).

Antes mesmo da parceria no cinema, Marlene Dietrich e Christian Dior mantinham uma relação próxima de amizade. Além disso, Dietrich era uma cliente assídua, marcando presença constantemente na plateia dos desfiles da Maison. Ela foi, inclusive, escolhida como modelo para a apresentação da coleção de Alta Costura do outono-inverno de 1947 da marca, tendo suas fotos publicadas na edição de dezembro do mesmo ano da revista *Vogue* americana. Dietrich foi também uma das convidadas de honra à inauguração da boutique Dior na Quinta Avenida, em Nova Iorque, em meados de 1948, evento ao qual compareceu vestida a caráter (em Dior). (BATISTA, BEZERRA, 2016a; COSGRAVE, 2007; HANOVER, 2012)

A experiência de Dietrich na atuação em grandes películas, principalmente na década de 1930, rendeu-lhe um olhar acurado para a produção fílmica. Ela costumava se envolver dando opiniões e fazendo exigências. Um exemplo disso é a sua famosa frase, “*no Dior, no Dietrich*” (“sem Dior, sem Dietrich”, em tradução livre), imposta a Hitchcock, a qual lhe renderia não só o traje de cena de *Stage Fright* (1950) assinado pela marca Dior, como lhe garantiria, por contrato, que ao final das gravações as peças utilizadas fariam parte de suas posses. (COSGRAVE, 2007. HANOVER, 2012)

A associação entre Dietrich e Dior deu novo impulso à carreira da atriz, projetando novamente sua imagem pública, cuja aparição vinha sendo cada vez menos frequente nos anos pós-Segunda Guerra Mundial. (HANOVER, 2012)

6.2 ANÁLISE DO FILME STAGE FRIGHT (1950)

6.2.1 Sinopse e ficha técnica

A história do filme *Stage Fright* (1950) passa-se na Inglaterra e, em sua narrativa, apresenta Eve (Jane Wyman), uma atriz iniciante que decide ajudar Jonathan (Richard Todd), um jovem suspeito de matar o marido de Charlotte (Marlene Dietrich). Durante todo o filme, Eve tenta provar que Charlotte é a verdadeira criminosa. Charlotte é uma afamada atriz que mantém um relacionamento extraconjugal com Jonathan e, na realidade, ela foi apenas a mandante do crime realizado por seu amante, que o cometeu por estar cego de amor por ela. Aqui, percebemos que a imagem de Dietrich como uma *femme fatale* e uma glamorosa diva coopera na construção da personagem Charlotte, a qual é uma rica celebridade que leva à desgraça aqueles que por ela se apaixonaram.

Stage Fright (1950) pode ser classificado como sendo dos gêneros noir, suspense e policial. A ficha técnica do filme segue abaixo (TABELA 4):

Tabela 4. Ficha técnica do filme *Stage Fright* (1950)

Tempo de duração	110 min
Som	Mono
Cor	Preto e branco
Proporção de tela	1.37 : 1
Formato do negativo	35 mm
Direção	Alfred Hitchcock
Produção	Alfred Hitchcock
Música	Leighton Lucas
Fotografia	Wilkie Cooper
Edição	Edward B. Jarvis
Direção de elenco	Robert Lennard
Direção de arte	Terence Verity
Figurino	Milo Anderson Christian Dior (figurino de Marlene Dietrich)
Maquiagem	Colin Garde (maquiador) Joan Smallwood (cabeleireiro) Neville Smallwood (maquiador assistente)
Gerenciamento da produção	Fred Ahern (supervisor da produção) Gerry Mitchell (gerente de produção)
Assistente de direção	Jack Martin (primeiro assistente de direção) Dennis Bertera (segundo assistente de direção)

Departamento de arte	Bill Beavis (cenógrafo) Olga Lehmann (cenotécnico) Anthony Masters (chefe de desenho) Dudley H. May (compras) Bill Osborne (chefe do setor de compras) Arthur Searle (gerente de construção)
Departamento de som	Harold V. King (som) Les Hammond (mixagem) Jim Whiting (assistente de operador de som)
Câmera e departamento elétrico	Eric Besche (operador de câmera) Jack Haste (operador de câmera) Davis Boulton (fotógrafo)
Departamento de vestuário	Alice McLaren (supervisora de vestuário) Babs Gray (assistente de vestuário)
Departamento de música	Louis Levy (direção musical) William Lava (compositor)

Fonte: IMDB, 2016a, 2016b.

O consagrado diretor do filme, Alfred Hitchcock, considerado “o mestre do suspense”, tinha um grande cuidado com o figurino usado pelos seus personagens. Apesar de ter sido em certa medida forçado por Dietrich a se apropriar de peças da Dior para criação do figurino dela, Hitchcock elogiou a escolha da estrela pela marca, afirmando que ela fez uma decisão muito profissional. (HANOVER, 2012)

6.2.2 Jonathan dá sua versão sobre o assassinato do marido de Charlotte - 00h00min59s - 00h09min14s

A primeira cena inicia com uma série de quatro sequências, composta por dois planos gerais que filmam, de cima, um carro passando rapidamente por uma estrada; o qual é mostrado primeiramente mais distante e depois de forma mais próxima. Após isso, uma câmera localizada no chão, em plano médio, mostra o carro que vem em sua direção, como se fosse passar por cima. Finalmente, ela se localiza no lugar do para-brisas do carro e, enfim, vemos os rostos de Eve e Jonathan. Assim, os planos nos conduzem gradualmente da posição de observadores desatentos, excluídos e distantes para dentro de uma conversa secreta, onde ficamos frente à frente com os sujeitos. A aproximação dos planos nos torna íntimos dos personagens.

Eve está ajudando Jonathan a fugir de policiais, levando-o em seu carro para a casa dela. Ela veste um sobretudo de ombros estruturados, sob o qual há uma camisa e uma gravata (FIGURA 13). Sua roupa se assemelha bastante ao vestuário masculino, fazendo dela uma mulher sem brilho nem glamour. Ela aparenta ser bastante despreziosa.

Figura 13. Eve e Jonathan conversam sobre o assassinato.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *Stage Fright* (1950).

Jonathan, nervoso, olha várias vezes para trás, conferindo se os policiais não estão o seguindo, informa que está fugindo da polícia e que tudo é culpa de Charlotte Inwood. Quando ele começa a contar o que aconteceu, um plano se sobrepõe lentamente e passamos a entender que o que se segue não é nada mais que um *flashback*.

Segundo sua versão do ocorrido, em mais um dia comum em sua casa, no qual ele aparece lavando a louça, a campainha toca e, ao abrir a porta, eis a imagem do vestido de Charlotte, cuja barra está manchada de sangue. Ela indaga-o repetidas vezes se ele a ama. Seu rosto está desfalecido. Aflita, ela conta que numa discussão com seu marido sobre o seu caso extraconjugal com Jonathan, ele a agrediu, e, para se autodefender, ela pegou um objeto e o golpeio, matando-o sem intenção.

O figurino de Charlotte é um vestido de busto elevado, corpete justo e saia plissada, muito contrastante com o figurino de sua rival, Eve. Seu traje destaca as partes mais femininas de seu corpo, a tornando uma mulher muito mais sedutora, como uma *femme fatale* deve ser.

Seu vestido possui tonalidade clara, que alude à pureza, o que corrobora para que a vejamos como uma vítima da situação, pois ela não matou por querer, apenas para se defender de um homem que, segundo ela, sempre agiu de forma abominável. Essa imagem angelical e inocente é reforçada pelo chapéu de cor clara feito de penas que remetem às asas de anjos. Isso, aliado ao tecido leve e esvoaçante do vestido, a

mostra como uma mulher sublime, delicada demais para cometer tal atrocidade (FIGURA 14).

Figura 14. Charlotte confessa à Jonathan que matou seu próprio marido.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme Stage Fright (1950).

Ela não deseja atuar na noite daquele dia, pois está nervosa e seu vestido está manchado, de forma que seria impossível sair em público. Jonathan se oferece para ir buscar outra roupa na casa dela, mas depois pensa se vale a pena se arriscar tanto, pois alguém poderia associar o crime a ele. Ao perceber que ele hesita, Charlotte diz que ele não a ama o suficiente para salvá-la. Ele lhe dá um beijo apaixonado e decide ajudá-la. Percebemos que Jonathan foi fisgado pela natureza fatal de Charlotte.

Na casa dela, ele pega um outro vestido, mas é visto por uma empregada que acaba de chegar. Ela o reconhece e acha que ele é o criminoso. Ao voltar para casa, Charlotte “lembra” que realmente a empregada dela iria buscar um par de sapatos para sua apresentação à noite. Nesse momento, embora Jonathan não perceba, já desconfiamos que tudo não passou de uma armação dela para incriminá-lo, uma vez que ela o forçou a ir a sua casa bem no momento em que sua empregada chegaria.

O seu novo figurino, composto pelo vestido que Jonathan trouxe, colabora para que percebamos essa nova face cruel de Charlotte Inwood. Seu vestido tem a mesma forma do anterior, porém é escuro. O primeiro traje representava o bem, através do claro; o atual expressa o mal, por meio do escuro. A mesma mulher, o mesmo corpo, o mesmo vestido, mas personalidades diferentes, cores diferentes. Ela se utiliza de uma delicadeza e bondade para seduzir, mas por dentro ela é letal. Ao compararmos

as duas composições, veremos, inclusive, uma alusão ao símbolo do Yin-Yang que representa essa dualidade entre mulher-homem, bem-mal, passivo-agressivo. Como no símbolo, o vestido claro possui o ponto escuro localizado na mancha de sangue, enquanto a roupa escura possui o ponto claro localizado no chapéu (FIGURA 15).

Figura 15. Contraste entre os dois vestidos de Charlotte.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *Stage Fright* (1950).

O diálogo entre Charlotte e Jonathan é filmado por meio de um plano-sequência muito longo, o qual corrobora para que entendamos que a versão que Jonathan conta sobre o assassinato é a versão verídica. Isso ocorre, pois o plano-sequência impede os cortes e a montagem do filme, tornando a cena ainda mais próxima do real, e dando a entender que naquele relato não poderia haver incrustações de momentos falsos ou imaginados por Jonathan. O que ele diz seria a verdade pura; e não só Eve acredita nele, como o público também. Aqui é o momento onde Eve começa a ser enganada no filme, passando a imaginar que Charlotte é a culpada e Jonathan o inocente.

6.2.3 Primeiro encontro entre Eve e Charlotte - 00h38min08s - 00h46min52s

Como um reflexo de sua crença na inocência de Jonathan, e sua bondade e amor por ele, Eve vai trabalhar de empregada na casa de Charlotte, usando o pseudônimo de Doris, para conseguir informações que provem que ela foi a verdadeira responsável pelo crime.

Ao entrar na biblioteca de Charlotte, vemos a cena com o ponto de vista de Eve, por meio de uma câmera subjetiva que se posiciona como se estivesse no lugar de seus olhos. Eve confronta-se com uma grande quantidade de fotos e pinturas com representações de Charlotte, o que cria tensão e nos comunica a imponência da vilã que, só pelas suas imagens, já produz suspense (FIGURA 16). Isso mostra que ali é o local de dominação dela, deixando Eve vulnerável à presença de alguém que lhe causa medo e é bem mais poderosa, seja no amor (ela é amante do homem que Eve ama), no trabalho (Charlotte é famosa e Eve é uma atriz iniciante) ou no dinheiro (ela é rica e Eve é pobre).

Figura 16. Eve se surpreende com vários retratos de Charlotte.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *Stage Fright* (1950).

Eve está usando uma camisa de gola bebê que representa inocência e ingenuidade, pois é enganada pelo verdadeiro assassino durante a trama; feito de algodão, mostra que ela é de uma classe econômica baixa. Seu tailleur possui ombreiras largas, sugerindo uma imagem masculina de labor e austeridade. Ela não possui qualquer encanto e sua feminilidade é ambígua, uma vez que sua roupa está de acordo com a estética de moda que dominou durante a Segunda Guerra Mundial.

Em meio a uma música de suspense, Eve contempla Charlotte, a qual está fazendo uma prova de roupas, enquanto duas mulheres ajustam o tecido em seu corpo. Eve se aproxima e tenta entregar uma carta, mas Charlotte manda que ela a leia. Ao iniciar a leitura, sua patroa manda que ela abaixe o tom da voz. Ao fim da carta, Charlotte finge não ter escutado qualquer coisa. Ela age de maneira muito

esnobe, olhando a si mesmo no espelho e não dando atenção à Eve. Além disso, manda que ela tire o chapéu, num sinal de desonra, e que comece a trabalhar.

Charlotte porta um vestido de cintura marcada, conotando ócio, ao relacionar-se ao uso de espartilhos, os quais prejudicam a mobilidade, explicitando a desnecessidade de trabalhar. Sobre sua cabeça há um *attifet* anexado a um véu de musseline, objeto conhecido como “chapéu da viúva”, pois a rainha da França, Catherine de Médici, passou a utilizá-lo em preto, depois da morte de seu marido, em 1559 (NORRIS, 1997), de modo que o seu uso, na cena, coopera na percepção de Dietrich como uma viúva glamorosa e que possui poder inclusive sobre os homens, pois, além de controlar o amante, ao seu marido morrer, ela, que já era rica, herda todos os bens do esposo (FIGURA 17).

Figura 17. Primeiro encontro entre Eve e Charlotte.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *Stage Fright* (1950).

Detetives chegam à residência de Charlotte para interrogá-la. Ela os manda entrar, colocando um *negligée* de seda (objeto íntimo e para descanso) e deitando-se sobre um divã, esnobe e tranquila (FIGURA 18). O *negligée* possui rufos de renda, que evocam um sentido de nobreza e majestade, pois a própria rainha Elizabeth I, para demonstrar imponência, “vestia seu rufo mais alto, mais largo e mais rígido do que o de qualquer outro na Europa” (NORRIS, 1997, p. 623, tradução nossa).

Figura 18. Charlotte põe um négligée para falar com os detetives.



Fonte: The Alfred Hitchcock Wiki, 2016.

Sua roupa é escura, pois, devido à morte de seu marido, ela se vestiu de luto. Além disso, o plano médio que engloba Charlotte, no centro, e os detetives, nas extremidades, nos força a perceber que o tom de suas roupas é o mesmo, o que a coloca em um nível de poder igual ao deles e superior aos restantes, pois, ali, ela é a única a saber de toda a verdade, e saber é poder (FIGURA 19). Uma cor muito clara poderia lhe dar, talvez, uma imagem vulnerável, porém, Charlotte nunca temeu nem se sentiu insegura em relação a ninguém, como seu amigo, Freddie, afirma no fim da cena.

Figura 19. Charlotte conversa com os detetives.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *Stage Fright* (1950)

Essa cena retrata o alto status social de Charlotte, assim como sua imponência sobre os demais personagens, os quais estão sob sua ordem e controle. Charlotte é glamorosa, altiva, dominante e poderosa, sentidos reforçados pelo seu figurino.

6.2.4 Charlotte faz uma apresentação teatral - 00h51min46s - 01h00min18s

Na noite do mesmo dia em que as protagonistas se conheceram, Eve vai até um teatro, onde Charlotte fará uma apresentação artística.

No palco, Charlotte desce uma escadaria com colunas de inspiração neoclássica nas laterais, enquanto estende suas mãos para vários rapazes vestidos em fraque, traje de gala. Seu vestido tem decote tomara-que-caia, o qual, aliado aos seios protuberantes, comunica seu poder de sedução e sensualidade que faz esses homens estarem a seus pés.

O vestido é excessivo em tecido, pois possui diversas camadas de anágua; além disso, a cobertura é bordada em madrepérola, material caro. Desse modo, há uma referência clara ao vestuário das cortesãs do Antigo Regime, que vestiam saias de muito largas e feitas com tecidos luxuosos. Assim, além da construção de sua classe social, o figurino mostra seu poder sobre os homens, a partir de uma caracterização que encontra sua base nas roupas dos nobres cortesãos (FIGURA 20).

Essa cena alude ao estilo de vida aristocrático dos séculos XVII e XVIII, o qual se mitificou como símbolo de luxo e imponência. Nessa época, havia uso da arquitetura pelos nobres para consolidar uma noção de superioridade quase divina na mente dos súditos, por meio de elementos como grandes colunas e escadarias, ouro e jardins (GOMBRICH, 2012). Tais simbologias são evocadas na cena a partir da utilização de alguns elementos semelhantes, com os quais Charlotte interage.

Figura 20. Charlotte desce uma escadaria durante uma performance teatral.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *Stage Fright* (1950).

A imagem da mulher cortejada por cavalheiros também reflete uma simbologia associada à nobreza. Um exemplo é este desenho (FIGURA 21) que retrata a rainha Maria Antonieta, expoente máximo do luxo da corte francesa. Nessa obra do século XVIII, ela é mostrada em uma carruagem de ouro, acompanhada por vários dignitários bem vestidos. Os homens em traje de gala que disputam a atenção da personagem reproduzem o mito da nobreza e suas conotações de glamour e superioridade social.

Figura 21. Chegada de Maria Antonieta à França.



Fonte: Weber, 2008, p. 164.

Enquanto Charlotte está no palco, Eve está nos bastidores, ora organizando os pertences da vilã, ora a observando se apresentar, invejando-a. Eve veste um jaleco com mangas dobradas que conota labor, afirma sua sujeição ao poder da patroa, Charlotte, além de deixar seu corpo retangular, retirando-lhe o sentido de sedução. A gola bebê de sua camisa sugere ingenuidade, reforçando que ela está sendo enganada pelo verdadeiro assassino, Jonathan.

A dicotomia palco e bastidores é bastante importante, pois reforça a diferença nas identidades das duas personagens. Charlotte é uma mulher rica, de sucesso e adorada pelos fãs, mas, mesmo assim, se entrega à maldade humana e se entrega à tentação de planejar a morte de seu próprio marido; enquanto Eve, embora seja boa e a mocinha da história, vive no anonimato, infeliz e insatisfeita com a vida. Assim, é reiterada uma das características do filme noir que é a representação da degradação do mundo dos que pertencem à alta sociedade, e as injustiças que ocorrem no meio social, onde os maus se dão bem e os bons são prejudicados. Tais assuntos têm como fim não apenas referir-se a si mesmos, mas são temas “metafísicos e têm a ver com a angústia e a solidão, que são elementos essenciais da condição humana” (STRINATI, 1999 apud KEMP, 2011, p. 171).

Charlotte troca de roupa e volta ao palco. Espreguiça-se, enquanto se deita sobre alguns divãs e canta sobre sua falta de necessidade de trabalhar e esnobação para com os amantes (FIGURA 22).

Ela porta um négligée que, por ser um objeto para ser usado na hora de dormir, conota ócio. As plumas sobre a parte superior do négligée ajudam a criar uma imagem angelical em torno de Charlotte, a qual é corroborada pela cor clara de sua roupa e pelo tecido leve, transparente e esvoaçante, como que se desmanchando no ar. Além disso, o próprio cenário remete ao céu, devido à decoração com desenhos de nuvens. A cintura marcada reforça o sentido de inatividade, ao remeter aos espartilhos que impedem movimentos necessários para trabalhos manuais.

Colar de diamantes e vestido de musseline, por terem preços exorbitantes, comunicam a superioridade social de Charlotte. Mas a impressão que temos é que tal superioridade transcende as posses financeiras. Parece que o luxo é usado para elevá-la da terra e transpô-la para o universo dos seres divinos, assim como era o desejo dos nobres do Antigo Regime séculos atrás com seus gigantescos palácios e roupas dispendiosas (GOMBRICH, 2012). Ela é anjo e diabo ao mesmo tempo, não uma humana. Ela é sobre-humana.

Toda a delicadeza evocada pelo figurino é usada para reforçar a imagem ambígua de Charlotte, a qual, na verdade, é má. A ambiguidade, segundo Kemp (2011), é uma das principais características das *femmes fatales*. Enquanto Charlotte passa a imagem de uma pessoa divinizada e delicada demais para cometer qualquer coisa de mal, seu interior guarda uma mulher disposta a fazer de tudo para conseguir o que deseja, inclusive arquitetar a morte do próprio esposo.

Figura 22. Charlotte espreguiça-se sobre divãs.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *Stage Fright* (1950).

O ócio, tão presente na vida cortês, surge também na canção *Laziest Girl In Town*⁴, adensando os significados já expressos no figurino e na performance da atriz. Por volta do século XVIII várias pinturas retratavam os nobres vestidos luxuosamente e descansando ao ar livre. Tais quadros expressavam a ociosidade de uma classe social que não precisava se preocupar com os imperativos burgueses do tempo, e cujo estilo de vida se mitificou como símbolo de luxo. (GOMBRICH, 2012)

⁴ Charlotte canta a música *Laziest Girl In Town*, a qual foi escrita por Cole Porter e lançada em 1927 (SHERRIN, 2008). Entretanto, algumas mudanças foram feitas na canção original para a adaptação cinematográfica. A letra final que aparece no filme, em tradução livre, é a seguinte: “Nada me preocupa / Ninguém me faz ter pressa / Eu me divirto com o prazer / Mesmo quando não posso / Mas sempre que eu os beijo, eles querem mais / E, querendo mais, se tornam chatos / Não vale a pena me esforçar / Então eu lhes digo: não é que eu não faria / Não é que eu não deva / Você sabe / Não é que eu não possa / É simplesmente porque eu sou a garota mais preguiçosa da cidade / Embora eu esteja mais do que disposta a aprender / Como essas garotas obtêm dinheiro para torrar / Todas as propostas eu recuso / Recuso mesmo / Não é que eu não faria / Não é que eu não deva / Você sabe / Não é que eu não possa / É simplesmente porque eu sou a garota mais preguiçosa da cidade / Meu pobre coração sofre / Para trazer comida para casa / E se caso eu venha ficar sozinha e esquecida / É simplesmente porque eu sou a garota mais preguiçosa da cidade” (Tradução nossa).

Durante sua apresentação, há um plano e contra plano que ora filma o rosto de Charlotte, ora filma Jonathan, que está em pé na plateia. A personagem fica pasmada e depois irritada ao vê-lo. Ela deixa o palco, e Eve lhe afirma que um homem estranho entrou nos bastidores e que ele pode ser perigoso, porém Charlotte diz que Eve é imbecil por pensar assim e manda que ela deixa-a ir ao camarim sozinha.

No camarim, Charlotte se encontra com Jonathan e o repreende por ter ido vê-la, pois poderia ser pego pela polícia. Ela começa a trocar de roupa, enquanto manda que ele permaneça no seu esconderijo, pois, quando peça sair de cartaz eles voltarão a se encontrar. Porém, o rapaz reconhece que o show poderia continuar por mais de um ano, o que o deixa irritado. Ela, então, sai de traz de uma cortina, portando um vestido de tule em tonalidade escura, posiciona-se em frente à um espelho enquanto coloca uma coroa escura na cabeça, em sinal de poder e superioridade (FIGURA 23). Mais uma vez, é através de um figurino escuro que vemos a face maléfica de Charlotte, pois é portando-o sobre si que ela age de forma malvada e esnobe, afirmando que não abandonará o teatro por causa de Jonathan, embora ele tenha desistido de tudo por amor a ela.

A atitude de olhar-se no espelho lembra a atitude de Narciso que é seduzido por seu próprio reflexo na água, o que está relacionado ao egoísmo de Charlotte que só pensa em si mesma e não na segurança ou nos sentimentos de seu amante. Ela é apaixonada por seu próprio ego.

Figura 23. Charlotte olha-se no espelho enquanto despreza Jonathan.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *Stage Fright* (1950).

Ele a ameaça, dizendo que não jogou fora o vestido manchado com sangue, e que para que ele não a incrimine diante da polícia, ela terá que fazer o que ele manda e reatar o romance. Esse é um dos poucos momentos em que Charlotte parece aflita. Tal fato é reforçado pela câmera alta que a filma do ponto de vista de Jonathan, a colocando numa posição inferior à dele (FIGURA 24). Entretanto, seu traje majestoso talvez seja um presságio de que, afinal de contas, ela não sofrerá dano algum, uma vez que o próprio Jonathan está mentindo, pois, de fato, havia destruído o vestido.

Figura 24. Câmera alta filma Charlotte pasmada pela ameaça de Jonathan.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *Stage Fright* (1950).

6.2.5 Charlotte recebe uma boneca com vestido manchado de sangue - 01h08min50s - 01h23min48s

A dupla identidade de Eve está por um fio, pois, durante uma tarde em um parque, ela mantém um encontro amoroso com Smith, o detetive que investiga o assassinato em questão, e a conhece como Eve; ao mesmo tempo em que serve de empregada à Charlotte, a qual pensa que ela é Doris.

O pai de Eve chega no local e lhe diz, apontando para o palco onde Charlotte está cantando, que Eve poderia ter a grande atuação da vida dela. Ele sugere que Eve entre lá, pare a apresentação e a acuse de assassina na frente de todos. Eve rejeita a sugestão. Seu pai, então, tem uma ideia: ele mancha o vestido de uma boneca com sangue e manda um garoto subir ao palco e mostrá-la à Charlotte durante sua performance. Quando isso ocorre, Charlotte, assustada, perde o equilíbrio, apoiando-se sobre um piano e encerrando a apresentação, diante da plateia atônita.

Ao ver que Charlotte passa mal, Freddie, seu empresário, chama Eve pelo nome de Doris várias vezes. Para não atrapalhar os seus planos de salvar Jonathan, ela acaba atendendo o chamado, magoando Smith que descobre que sua namorada tem duas faces.

Nessa cena, podemos perceber que, embora o vestido de Eve não tenha sido feito pela Dior, ele está muito próximo da estética disseminada pela marca, rendendo-lhe, inclusive, elogios de homens e da patroa. Não só isso, mas o seu figurino é muito parecido com o vestuário usado por Charlotte (FIGURA 25). Ambas estão de vestido claro, com busto elevado, corpete justo, cintura marcada e saia ampla; além do chapéu de copa baixa e abas largas e finas que são semelhantes. Em Eve, a gola bebê ainda é reiterada, em contraste com o profundo decote da roupa de Charlotte; um sinal de que ela ainda permanece como a mulher ingênua da trama, prejudicando sua imagem com Smith e ajudando a salvar um assassino.

Figura 25. Charlotte e Eve usam figurinos semelhantes.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *Stage Fright* (1950).

Até agora, Eve usou roupas de caráter simples e pobre, pois sempre estava em posição de inferioridade em relação à Charlotte. No entanto, na primeira vez em que deixa sua rival vulnerável, sua roupa se apropria dos códigos associados à nobreza, assim como as roupas da Dior, de modo a comunicar poder, o qual ela usará sobre Charlotte, para afetá-la. Essa é a versão fatal e dúbia de Eve que, por ora, deseja manter a imagem de boa moça a Smith e ao mesmo tempo destruir a paz da vilã.

As roupas das protagonistas são tão parecidas que, de costas, é difícil as diferenciar (FIGURA 26). Como afirmou Smith, agora Eve realmente parece uma atriz e chegou ao ápice de sua atuação, vestida à altura para dividir o palco com Charlotte.

Figura 26. Eve ajuda a rival no palco.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *Stage Fright* (1950).

6.2.6 A confissão de Charlotte - 01h31min44s - 01h38min51s

Durante a noite, após mais um show teatral, Charlotte está com Eve em seu camarim se vestindo para poder voltar à sua casa. Se dentro do cômodo a iluminação é clara e homogênea, as sombras sobre os rostos das protagonistas enquanto elas passam por um corredor são um presságio que algo ruim acontecerá (FIGURA 27).

Figura 27. Sombras se sobrepõem sobre os rostos de Eve e Charlotte.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *Stage Fright* (1950).

No mesmo dia, mais cedo, Eve e os policiais prepararam uma armadilha para fazer Charlotte confessar o assassinato. Dando continuidade ao plano, Eve para a vilã no corredor e a convida à uma sala, onde deseja ter uma conversa particular. Durante o início da cena, as mulheres eram filmadas no mesmo enquadramento, principalmente, o que revelava o desejo de Eve em parecer estar do lado de Charlotte; porém, quando Eve revela que a conversa versará sobre a boneca com vestido manchado de sangue, ela anda para fora do enquadramento e começa a haver um período de planos e contra planos que comunicam a rivalidade e disputa cara a cara entre as duas.

Eve mente, informando que está com o vestido do crime. Charlotte imediatamente oferece dinheiro para que ela lhe entregue a prova do delito. Então, um plano-geral se interpõe de cima, filmando o teatro e alguns policiais próximos às cadeiras da plateia, enquanto ouvimos a conversa delas em off, e percebemos, assim, que a ideia de Eve está dando certo, pois um microfone foi colocado na sala onde as protagonistas estão, para que os policiais pudessem escutar o diálogo em secreto.

Eve revela seu disfarce e insiste à Charlotte que ela cometeu o crime e não Jonathan, porém a vilã afirma que estava no momento em que o amante matou seu marido, por isso o sangue espirrou no vestido, mas ela não teve nada a ver com a morte. Os policiais, satisfeitos com a confissão, deixam a plateia e partem para buscar Charlotte e Eve. Essa última, desolada por não ter conseguido provar que Charlotte é a verdadeira assassina, se põe a chorar, nos bastidores, enquanto seu pai a aplaude (FIGURA 28). Ela veste um *tailleur* simples e despretensioso, por suas formas retangulares e masculinizadas. A gola bebê expressa, novamente, sua ingenuidade, a qual será confirmada quando o próprio Jonathan lhe confessa que é o real criminoso.

Figura 28. Eve chora por não ter provado que Charlotte é a culpada.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *Stage Fright* (1950).

Os bastidores do teatro são degradados e feios, com paredes e chão em cimento, vigas espalhadas e bastante sombras. O cenário comunica a degradação humana, a injustiça, o medo e o caos. Nos bastidores, diferentemente do palco, as pessoas não precisam representar, e a verdade vem à tona. Talvez por isso tenha sido o local escolhido para retratar a cena onde descobrimos como se deu de fato o assassinato.

Em meio a esse cenário noir, Charlotte é vigiada pelo escrivão. Sua roupa é sofisticada, elegante e majestosa (FIGURA 29). Ela usa um *tailleur* que eleva seu busto, se ajusta no tronco e marca a cintura; os quadris são destacados por meio do *peplum*. Saia reta até abaixo dos joelhos. Sobre os ombros uma estola de arminho branco, considerado a pele das peles, por seu alto preço e beleza. Seu pescoço está adornado com diamantes.

Figura 29. Charlotte se veste luxuosamente durante sua confissão.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *Stage Fright* (1950).

Um pouco de luz foca seu rosto, enquanto seu corpo permanece na escuridão, comunicando que nem tudo está revelado e descoberto, como ela mesma afirma, pois o que ela confessou à Eve não foi a história toda. De forma metafórica, ela diz que foi a mandante do crime realizado por Jonathan, mas os policiais a considerarão apenas uma cúmplice, baseados no que ela confessou anteriormente. Enquanto Eve chora, Charlotte parece feliz e satisfeita, gesticulando lentamente, enquanto fuma e sorri (FIGURA 30).

Figura 30. Charlotte fuma e sorri, enquanto confessa ser a mandante do crime.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *Stage Fright* (1950).

Charlotte é uma mulher que paira sobre as normas sociais mundanas, pois, embora seja uma criminosa, não sofrerá o castigo devido, a exemplo do rei Luís XIV, cuja promiscuidade deixava o povo indignado com suas amantes (representadas por Jonathan), mas não com o comportamento do monarca (WEBER, 2008). Essa lógica aristocrática de superioridade social é reforçada através do figurino, cuja base encontra inspiração no luxo da corte, ao fazer alusão à espartilhos e anquinhas, através da cintura marcada e do peplum, comunicando, assim, o alto nível social de Charlotte. Ela é sobre-humana, o que é reiterado, também, no close-up que filma seu rosto pela última vez, ao deformá-lo um pouco e deixá-lo por trás de uma nuvem de fumaça, modificando sua humanidade (FIGURA 31). Só alguém de um universo superior para ser tão má e ainda por cima não sofrer consequências por seus atos.

Figura 31. O rosto de Charlotte é coberto por uma nuvem de fumaça.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *Stage Fright* (1950)

7 THE GRASS IS GREENER - 1960 - JEAN SIMMONS

7.1 A PERSONA DA ATRIZ JEAN SIMMONS

Jean Merilyn Simmons nasceu em 1929, em Londres, Inglaterra. Descoberta através das aulas de dança que fazia, estreou no cinema aos 14 anos, participando de filmes clássicos que moldaram seu rosto público, sendo *Great Expectations* (1946) e *Hamlet* (1948) os filmes pelos quais ela é mais conhecida à nível mundial. (TELEGRAPH, 2015)

Em *Great Expectations* (1948), ela viveu uma linda e perversa mulher, cuja maior especialidade era quebrar os corações dos homens que se apaixonavam por ela. Em *Hamlet* (1948), por outro lado, ela viveu Ofélia, uma nobre dinamarquesa que se suicida por não ter seu amor correspondido. Essas duas faces da mesma mulher acabaram por gerar dúvidas em Hollywood com relação às representações que ela faria em seus trabalhos posteriores, o que desembocou em papéis em que ela interpretou personagens como as *femmes fatales* e, em vários outros, nobres e tradicionais mulheres, como em *Young Bess* (1953), onde ficou com o papel da Rainha Elizabeth I. (TELEGRAPH, 2015)

Sua imagem aristocrática contribuiu para a construção de Hattie, em *The Grass Is Greener* (1960), a qual é uma nobre inglesa e ex-namorada do conde Victor.

7.2 ANÁLISE DO FILME THE GRASS IS GREENER (1960)

7.2.1 Sinopse e ficha técnica

Falidos financeiramente, o conde inglês Victor (Cary Grant) e sua esposa, Hillary (Deborah Kerr), disponibilizam a sua mansão para visita pública por meio da cobrança de uma tarifa. Um estadunidense milionário, Charles (Robert Mitchum), entra nos aposentos reservados da casa e conhece Hillary. Os dois se apaixonam e embarcam num caso extraconjugal. Para, por um lado, ajudar a resolver o problema da traição e, por outro, se divertir com a situação delicada de seus amigos, Hattie (Jean Simmons) vai à casa de Victor, dando início à um “quadrado” amoroso.

Abaixo (TABELA 5), é possível conferir a ficha técnica da comédia romântica *The Grass Is Greener* (1950):

Tabela 5. Ficha técnica do filme *The Grass Is Greener* (1960)

Tempo de duração	104 min
Som	Mono
Cor	Colorido (Technicolor)
Proporção de tela	2.35 : 1
Formato do negativo	35 mm (horizontal)
Direção	Stanley Donen
Produção	Stanley Donen (produtor) James H. Ware (produtor associado) Cary Grant (produtor executivo)
Fotografia	Christopher Challis
Direção de arte	Paul Sheriff
Maquiagem	Eric Allwright (maquiador) Johan O’Gorman (maquiador) Gordon Bond (cabeleireiro)
Gerenciamento da produção	Richard B. Goodwin
Assistente de direção	Roy Stevens (diretor assistente) Claude Watson (segundo diretor assistente) Michael Stevenson (terceiro diretor assistente)
Departamento de arte	Vernon Dixon (cenógrafo)
Departamento de som	Maurice Askew (gravação) John W. Mitchell (gravação) John Cox (supervisor de som) Peter Musgrava (editor de dublagem)
Câmera e departamento elétrico	Austin Dempster (operador de câmera)
Departamento de vestuário	John Wilson-Apperson (supervisor de vestuário) Christian Dior (figurino de Jean Simmons) Hardy Amies (figurino de Deborah Kerr)
Edição	Mary Kessel (assistente de edição) Russ Hill (segundo assistente de edição)
Departamento de música	Douglas Gamley (gerente do arranjo musical) Muir Mathieson (conductor)

Fonte: IMDB, 2016c, 2016d.

Percebe-se que além da Dior, a marca Hardy Amies também participou da elaboração do figurino do filme, vestindo apenas a personagem Hillary. *The Grass Is Greener* (1960) foi indicado ao prêmio Globo de Ouro de melhor filme de comédia, e Cary Grant foi indicado como melhor ator de comédia, entretanto quem venceu na cerimônia de premiação foi *The Apartment* (1960), como melhor filme, e Burt Lancaster, como melhor ator. (IMDB, 2016e)

7.2.2 Hattie chega à casa de Victor - 00h42min19s - 00h51min11s

Sem avisar previamente, Hattie, uma nobre inglesa e amiga de Victor e Hillary, chega à mansão dos condes, adentrando pela mesma porta que Charles entrou, como

uma forma de provocar Victor e fazer graça de sua situação desonrosa. O cenário é a sala de uma mansão neoclássica chamada Osterley House, que é mundialmente conhecida como o palácio dos palácios (NATIONAL TRUST, 2015). A arquitetura neoclássica se tornou o estilo do império Napoleônico, por volta dos séculos XVIII e XIX, império que é considerado o mais luxuoso depois do Antigo Regime (DEBOM, 2011; GOMBRICH, 2012). Essa mansão evoca símbolos que constroem uma imagem de nobreza em torno dos personagens.

Ao entrar, Hattie assobia para chamar Victor, como uma criança o faria. Enquanto se cumprimentam, ela retira suas vestes e as coloca sobre o copo, braços e mãos dele; depois senta-se com os joelhos sobre o sofá e apoia os braços no encosto.

O diálogo versa sobre o caso extraconjugal de Hillary. Ela deseja sorte ao seu amigo na empreitada de salvar seu casamento e, quando ele diz que não precisa de sorte, ela afirma que todos precisam disso, desde a manhã até a noite, principalmente de noite. Essa afirmação rende-lhe ser chamada de devassa por Victor, uma vez que, para ela, toda noite é mais uma possibilidade de ter um momento de prazer sexual.

Victor afirma que tem se sentido angustiado por ser traído. Tal sentimento é expressado pelo seu figurino, o qual é composto por peças na cor cinza e preta, as quais remetem ao luto, à falta de vivacidade e à tristeza. Não só isso, mas o cenário predominantemente azul exagera o sentido de calma e sossego associado a essa cor, e exprime sentimentos melancólicos e depressivos. Por outro lado, Hattie usa laranja, cor quente que se destaca do fundo azul e expressa alegria e espontaneidade, uma vez que o caso de sua colega é levado com muito humor por ela (FIGURA 32).

Figura 32. Hattie e Victor conversam sobre o caso de Hillary.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *The Grass Is Greener* (1960).

Hattie piora um pouco a situação, ao insinuar que Victor tem razão em ficar tão preocupado, pois Charles é milionário e tem, assim, grandes chances de vencer a disputa por Hillary. Percebendo que Hattie conhece detalhes sobre seu rival, Victor a indaga se ela chegou a conhecê-lo pessoalmente, invocando-o pelo sobrenome: Sr. Delacro. No entanto, Hattie acha que essa expressão é muito formal, e que nos dias atuais, e dada a circunstância de que falariam sobre ele durante muito tempo, já se tornou comum chamar as pessoas pelo primeiro nome, ou seja, de maneira mais informal. Ela diz que não o conheceu pessoalmente e, agachando sobre o chão, informa que se o visse era capaz de reverenciá-lo por ser rico.

Ambos acham surpreendente que pessoas tão honestas e educadas tenham se entregado a tal pecado. Hattie, então, com face sonhadora, por meio de olhos fechados e largo sorriso, afirma que “não há honra onde há sexo”. Ela parece não estar incomodada com a atitude da amiga, talvez porque no lugar dela faria o mesmo.

Apesar disso, Hattie informa que, de acordo com as conversas que teve com Hilary, ela parece bastante determinada a voltar para casa e ser uma boa mãe e esposa, “com o coração arrependido”, completa Victor. Porém, ela acha que o arrependimento de Hilary pode ser estancado devido ao casaco de vison que ela ganhou de Charles. Ao escutar isso, Victor levanta furioso e amaldiçoa seu rival, pois, desde que se casou, tem desejado presentear sua esposa com um casaco de vison, mas nunca tivera dinheiro suficiente. Hattie manda que Victor se acalme e nem pense na possibilidade de ela rejeitar tal presente, uma vez que custou 3 mil pounds. Mais uma vez Victor se surpreende por causa do altíssimo preço, mas Hattie acha que o casaco tem um valor sentimental também; e, realmente, ele passa a ser um símbolo do relacionamento extraconjugal entre Charles e Hilary, durante a trama.

Nessa cena, pontos importantes da personalidade de Hattie são expostos para o público. Além de ser aristocrata, é uma mulher emancipada e jovial, em contraste com a forte tradicionalidade de Victor. Tal fato é confirmado através de sua fala e comportamento na cena, pois leva o adultério de Hillary como comichidade, informa ser divorciada, coloca o sexo em um nível mais importante que a honra, além de agir de maneira muito irreverente e descontraída, o que mostra que ela é adepta aos valores considerados modernos para a época de gravação do filme, visto que os anos 1960 são considerados uma década de liberação feminina e cultura juvenil. (RAINHO, 2014)

Nessa cena, Hattie enverga um vestido de ombros estreitos, cintura marcada e saia bufante, tal composição remete ao formato de uma flor de ponta-cabeça, o que

expressa delicadeza e romantismo, valores tradicionalmente considerados femininos. Entretanto, sobre o vestido, há um casaco muito largo, o que deixa seus movimentos mais livres e retira a forma contornada de seu corpo, conotando sua liberdade de atitudes e demonstrando que Hattie é uma mulher independente (FIGURA 33).

Figura 33. Figurino usado por Hattie.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *The Grass Is Greener* (1960).

Percebe-se que sua roupa segue a linha trapézio lançada na Dior pelo estilista Yves Saint Laurent, o qual tinha como objetivo justamente perpetuar a imagem aristocrática da Dior, mas torná-la mais sintonizada com as mudanças sociais dos anos 1960. Desse modo, percebemos que os significados construídos em torno da personagem e do figurino são convergentes e compõem uma unidade harmônica na performance de Hattie.

7.2.3 Victor e Hattie saem para jantar - 00h51min12s - 00h53min54s

Após ironicamente perguntar a Victor o que eles poderiam fazer à dois enquanto a esposa dele não voltava, insinuando que poderiam a trair, ambos decidem ir para um restaurante onde a conversa sobre o caso extraconjugal de Hillary continua.

O cenário possui tons de preto e marrom, inclusive as roupas dos figurantes são escuras. As cores relacionam-se ao luto e expõem os sentimentos íntimos a Victor que se sente triste por ver seu casamento ser destruído. Sua roupa também é escura e bastante formal, comunicando, além de seu estado de espírito, seu estilo refinado e elegante.

Enquanto conversam, Hattie pega uma maçã vermelha e começa a descascá-la (FIGURA 34). Há, ali, uma alusão ao fruto do mito bíblico de Adão e Eva, o qual, embora a bíblia não especifique, é comumente retratado como uma maçã, e é símbolo do pecado inicial que fez ambos descobrirem que estavam nus. Desse modo, a maçã é utilizada para representar o pecado do adultério que é cometido por Hillary e Charles, e que é ponto central da trama; talvez por isso mesmo esteja no centro da mesa.

Figura 34. Hattie descasca uma maçã enquanto discute o adultério.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *The Grass Is Greener* (1960).

Os planos da cena se resumem em um plano geral inicial que se movimenta em travelling frontal de avanço, o que torna o público mais íntimo aos dois personagens, preparando-o para participar de uma conversa particular; e uma série longa de planos e contra planos conforme a fala de cada um dos protagonistas.

Victor explica que não discutirá o problema com Hillary, pois isso seria como conformar-se com a situação. Ele afirma que vai lutar pelo casamento, mas não quer que ela volte à casa por causa da obrigação com filhos, e sim por amor a ele.

Hattie sugere que se Hillary o abandonar, ele se case com ela para que ambos sejam felizes para sempre. Victor rejeita a ideia e ambos saem do local, não sem antes Hattie tomar a taça dele e, sem esperar que ele responda se ainda vai querer o vinho ou não, entorna o copo na boca, de maneira informal e desinibida, uma mistura de sedução e imaturidade.

Nessa cena, Hattie utiliza um vestido verde escuro feito de seda, material considerado clássico e glamoroso, pois há centenas de anos é usado no vestuário feminino das cortes europeias. Sua feminilidade é reiterada por sua peça de roupa ser

um vestido. Desse modo, percebemos facilmente valores tradicionalmente relacionados ao ideal de mulher ocidental. Entretanto, seu chapéu foge do usual (FIGURA 35), pois, assim como o chapéu da cena anterior, toma inspiração nos turbantes usados pelos seguidores da sikhismo (FIGURA 36), que é uma religião monoteísta que se originou na Índia e cujo maior número de adeptos se localizam nesse mesmo país (PINHO, 2010). O uso de uma peça com tal referência é menos um desejo de dar visibilidade à tal religião e localidade, e mais um anseio por chocar e quebrar os padrões tradicionais de uma sociedade fundamentada no cristianismo, ajustando-se ao espírito transgressor de Hattie, aristocrata que não dispensa encorajar o amigo a se divorciar e ficar com ela, deixando de lado o valor da família para dar vazão aos seus desejos por Victor.

Figura 35. Três visualizações do chapéu usado por Hattie.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *The Grass Is Greener* (1960).

Figura 36. Seguidor do sikhismo com um turbante típico à sua religião.



Fonte: Quinn, 2016.

Por outro lado, os desejos de Hattie não são considerados dignos de castigo ou peso na consciência por ela, uma vez que seu traje é bastante pudico e sequer possui um grande decote, como era comum no vestuário da época. A imagem de Hattie é bem mais infantil do que provocante e tentadora. Inclusive seus seios não recebem destaque, sendo mais ou menos escondidos através da modelagem reta no busto, o que alude ao corpo das crianças e conota certa inocência, expressando que, para ela, o sexo e o prazer estão mais ligados à liberdade pessoal do que ao pecado.

7.2.4 Victor convida Charles para visitá-lo - 00h53m55s - 00h56min37s

Ao voltarem do jantar, Victor decide fazer uma ligação ao hotel de Charles, o que deixa Hattie surpresa. Quando ele atende ao telefone, a tela se divide em duas partes, uma que mostra a sala de estar da mansão de Victor e a outra que mostra o quarto de hotel de Charles. Desse modo, percebemos que as duas ações acontecem ao mesmo tempo e possuem uma conexão entre si.

Os personagens, tanto as mulheres quanto os homens, agem de forma quase sincronizada, o que cria a comicidade da cena. Eles, sempre muito sérios, portam-se de maneira educada e calma. Enquanto Hillary fica nervosa e irritada, Hattie parece se divertir, sorrindo e puxando o braço de Victor para ouvir a conversa.

Victor o convida para passar um fim de semana em sua casa e, sem hesitar, Charles aceita, o que causa admiração em ambas as protagonistas. Victor informa que sua esposa tem estado em Londres, e Charles finge surpresa, o que faz Hattie rir, mas Hillary ameaça espancá-lo. Ele acaba aceitando o pedido que Victor lhe fez para que trouxesse sua esposa de carro até a mansão, onde os quatro passariam um momento supostamente agradável.

Outra função para a tela dividida, além de mostrar que as situações estão conectadas, é colocá-las em extremidades opostas, literal e simbolicamente, nos fazendo perceber as diferenças que nelas se apresentam, ao exemplo do modo como as mulheres agem na cena, o qual é contrastante, de certa maneira. Hattie se comporta com muita espontaneidade e humor diante da situação, parece que tudo não passa de uma brincadeira para ela que tem um espírito jovem. Entretanto, Hillary sempre está irritada e nervosa, não quer que Victor descubra sua traição. Parece que sua consciência está pesada. Percebemos, assim, que Hillary é muito tradicional, enquanto Hattie é mais moderna para os padrões da época.

Tal relação entre as duas protagonistas também fica explicitada através de seus figurinos (FIGURA 37). O vestido envergado por Hillary segue as linhas estéticas que predominaram na moda dos anos 1950, como se ela ainda estivesse ligada ao passado, à tradição. O busto é elevado, comunicando uma feminilidade madura. O decote largo expressa sedução e sensualidade. A cintura é bem demarcada e a saia é ampla, por meio das pregas na parte superior.

Hattie, por outro lado, porta um vestido que esconde seus seios, por ter uma modelagem reta e ser um pouco rígido; além disso, a gola é careca e rente ao pescoço. Tais formas apontam para a moda mais andrógina dos anos 1960. Sua imagem é de uma mulher-menina, o que lhe dá um ar jovial que condiz com suas atitudes. A saia é ampla e dispendiosa, pois o luxo ainda é exaltado através do excesso, porém já não existe a demarcação incisiva na cintura, o que fornece uma aparência mais solta e livre.

Figura 37. Tela dividida, enquanto Victor e Charles conversam pelo telefone.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *The Grass Is Greener* (1960).

7.2.5 Hillary e Charles voltam de viagem - 00h56min38s - 00h57min58s

A cena inicia com um plano geral que filma Victor caçando cucos em seu jardim, atividade comum entre os ociosos aristocratas. Uma árvore toma conta do lado direito da tela, enquanto o fundo é preenchido por um céu azul claro (FIGURA 38). Essa atitude do protagonista tem uma função simbólica interessante. Na primeira cena em que Hattie aparece na mansão, um som de um relógio de cuco se interpõe várias vezes na conversa que ela tem com Victor. Enquanto lá o sentido é bastante difícil de

compreender, note que nem o mencionamos, a cena atual, além de ter seu próprio sentido, também começa a dar significado ao que foi visto anteriormente.

A figura do pássaro costuma representar a liberdade, uma vez que, ao alçar voo, foge da zona de perigo de seus predadores e tem plena autonomia para decidir que direção tomar no céu. O pássaro, nesse caso, o cuco que chilre repetidamente, simboliza Hillary, a qual está vivendo um momento de liberdade pessoal e sexual com um homem que, como nas histórias de amor, a fez se apaixonar à primeira vista. O céu, onde não existe fronteiras, é o próprio caso extraconjugal de Hillary que lhe permite experimentar uma aventura amorosa sem precedentes e sem regras.

Em meio a isso, está Victor, o qual tenta caçar o pássaro, ou seja, trazê-lo para terra, tirar sua liberdade, o que se relaciona com seu desejo em ajustar seu relacionamento com sua mulher, e fazer com que ela desista de Charles e continue com seu papel de esposa e boa dona-de-casa.

Figura 38. Victor caça cucos no jardim de sua mansão.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *The Grass Is Greener* (1960).

Após esse momento da caça, a cena passa a mostrar um carro conversível preto que para em frente à mansão, enquanto é buzinado. Dele, saem Charles e Hillary, a qual está coberta por luvas, lenço sobre a cabeça e um tailleur sobreposto à uma camisa. Parece que ela está tentando ser discreta. Cobrir o corpo dessa forma reflete seu desejo de encobrir o seu caso com Charles, impedindo que Victor perceba qualquer sinal do relacionamento dos dois. Isso é corroborado pela cor preta que lhe fornece um ar misterioso, uma vez que está relacionada à escuridão, onde não podemos ver as coisas com nitidez.

Por outro lado, Hattie usa um vestido simples de seda azul claro (FIGURA 39), cor que alude ao céu que vimos anteriormente. Embora seja Hillary quem esteja vivendo um momento de transgressão, ela está sempre tentando omitir isso, através de um figurino mais tradicional ou que encobre seu corpo. Hattie, entretanto, é uma mulher muito mais desinibida e independente, de modo que seu figurino retoma os sentidos de liberdade que foram construídos inicialmente através da metáfora do pássaro no céu.

Figura 39. Hattie e Victor recepcionam Hillary e Charles.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *The Grass Is Greener* (1960).

De forma indiscreta, Hattie cumprimenta Charles, afirmando que ouviu bastante sobre ele e, depois, pergunta à Hillary se ela passou bem sem levar o seu casaco, o que a força a dizer que sim, fazendo uma referência implícita ao casaco de vison que ganhou de seu amante. Quando os homens estão subindo pelas escadas para dentro da mansão, ela ainda cantarola, imitando o chilreio do cuco. Mais uma vez, ela leva toda a situação de forma inocente e divertida.

7.2.6 Uma noite “amigável” a quatro - 01h00min06s - 01h17min56s

As protagonistas estão na sala de estar da mansão, enquanto esperam os dois rapazes terminarem de conversar para que todos se juntem. Hattie deita-se em uma poltrona, pondo as pernas sobre o braço da cadeira, de forma bastante despojada. Quando Hattie diz que Victor é um brutamontes, dando a imaginar que eles tiveram uma noite de sexo selvagem, Hillary fica enciumada e pergunta o que eles fizeram na

noite passada. Mas Hattie afirma que ambos apenas jogaram scrabble e que, ao criar a palavra FIDELIDADE, Victor colocou as letras I e N no início, ganhando mais pontos. Hillary se irrita com o fato de seu marido saber acerca de seu romance extraconjugal e chuta o tabuleiro de scrabble, fazendo as peças se espalharem pelo chão.

Após recolherem as peças, agachadas, os rapazes entram no local. Charles cumprimenta Hattie como Senhora Durant, seu sobrenome, porém ela, com a face enojada, pede para que ele nunca mais a chame de maneira tão formal.

A cena começa a ser filmada de forma bastante monótona, com a câmera em frente aos personagens e, em sua maioria, o cenário é a sala de estar, com exceção de um momento na varanda (FIGURA 40). Por isso, o diálogo ganha grande importância nesse momento. Apesar da aparente morbidez, esse modo de filmar faz referência à maneira como assistimos ao teatro, sempre frontalmente e com poucas mudanças de cenário. Isso ocorre, talvez, porque o diretor quis fazer alusão ao fato de que o filme foi inspirado em uma peça teatral homônima.

Figura 40. Câmera parada e frontal filma os personagens na sala.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *The Grass Is Greener* (1960).

Charles indaga se eles continuarão a jogar scrabble, entretanto, Hillary mente, informando que seu empregado derrubou o tabuleiro e, sendo assim, não mais será possível jogar. Charles acha duas peças sobre uma mesa que está junta ao sofá onde as protagonistas estão sentadas. As letras são “O” e “K”. Charles junta as duas, criando a expressão “OK”, e sugere que isso seja uma premonição de que tudo ficará bem no final das contas. No entanto, Victor pede para que ele troque a posição das letras, formando um “KO”, o que faz referência à sigla da palavra knockout, que em português seria traduzido como “nocaute”. Desse modo, Victor informa que essas são

as duas possibilidades que o futuro lhes guarda: ou tudo terminará bem, ou alguém sairá ferido fisicamente da situação.

Eles começam a comentar que o normal para um indivíduo bem-educado é sempre dar prioridade para as outras pessoas, o famoso “primeiro você”. Entretanto, Victor sugere a Charles que se alguém estivesse tentando tomar as posses dele, essa regra provavelmente não seria aplicada (isso é uma alusão à Hillary, que seria uma “posse” de Victor). Então, ambos concordam que uma situação de caráter semelhante desembocaria em um conflito que, por sua vez, poderia ser disputado por meio de um duelo armado. Victor acha que esse tipo de solução violenta é um pouco primitiva. Hattie pergunta a ele o que significa primitivo, então ele responde que ela é alguém primitiva. Ela pensa que talvez isso seja um insulto, mas Charles garante que é um elogio. Victor continua, afirmando que Charles diz isso pois ele também é primitivo. Aliás, ele começa a pensar que a própria Hillary é um pouco primitiva. Porém, Victor explica que, diferentemente dos outros, ele próprio é tradicional.

Esse diálogo descrito é de bastante relevância para a cena, pois ajuda a construir e reforçar as identidades dos personagens. A conversa faz alusão ao que Elias (2001, p. 219) chama de “sociogênese do romantismo aristocrático no processo de curialização”. A nobreza cavalheiresca vivia em suas próprias terras no campo, de forma bastante familiar e com bens materiais modestos. Ao sofrerem o processo de curialização, passando a viver na corte, junto ao rei Luís XIV, as relações interpessoais desses nobres se tornaram mais diversificadas e complexas, exigindo, assim, que os cortesãos possuíssem um grande autocontrole de suas emoções e atos, o que era conseguido principalmente através das regras de etiqueta, que lhes impunham uma determinada maneira de se portar de acordo com as diferentes ocasiões, lugares e pessoas.

Desse modo, o passado marcado pela vida no campo vai se tornar objeto de nostalgia, sendo idealizado como o lugar onde se desfrutaria de plena liberdade para ser quem se é de verdade, longe das coerções da corte que os obrigava a maquiagem seus verdadeiros desejos, impulsos e sentimentos. Esse processo de transformação da nobreza cavalheiresca em nobreza de corte é um dos fatores primordiais para o processo civilizador que ocorreu na Europa. Elias (2001) destaca que, por exemplo, o duelo corporal bastante comum na nobreza cavalheiresca, e o qual é referenciado por Victor na cena, dá lugar ao duelo verbal, devido à pacificação do país, ao monopólio

da violência pelo estado e, também, à internalização das coerções que desembocam num autocontrole consciente.

Victor, no filme, seria o tipo de nobre cortesão, cujos sentimentos e atos são controlados em prol da reiteração de uma noção de civilidade. Isso é refletido no modo sério e frio com que age durante o filme, o qual não condiz com a tristeza e miséria que ele diz sentir. Por outro lado, Hattie, como ele afirma, seria como os nobres cavaleirescos, os primeiros (primitivos), antes da aristocracia de corte. Ela seria do tipo que não se submete às coerções exteriores e cujos sentimentos e valores são expressos de maneira verdadeira e fiel, sem máscaras. Sendo, assim, Hattie é uma mulher que possui uma grande liberdade pessoal, algo que passou a ser extremamente valorizado nos anos 1960.

Podemos perceber essas questões refletidas no modo de ser e vestir da personagem (FIGURA 41). Ela sempre está agindo divertida e espontaneamente, não gosta de formalidades e se porta de maneira, por vezes, indiscreta e irreverente. Sua roupa é luxuosa, pois possui uma saia ampla e excessiva em seda, material há séculos usado no vestuário feminino aristocrático, o que expressa glamour e ostentação, reiterando seu perfil nobre que é corroborado pela tiara de diamantes que remete a uma coroa. Entretanto, ao mesmo tempo, sob a longa saia há uma calça bastante justa às pernas, a qual, por ser um traje antes reservado apenas ao universo masculino, está ligada à igualdade de gênero, ao comunicar que a mulher está no mesmo nível de poder dos homens, tendo controle sobre seu próprio corpo e sexualidade, o que ia contra o padrão feminino comumente aceito na década anterior.

Seu espírito jovial é marcado pelo laranja de sua roupa que comunica descontração e euforia. Seu ponto de contraste é Hillary, cujo vestido é mais tradicional e cujas cores conversam com o sentido de frieza e depressão já evocados pelo azul das paredes da sala, refletindo o modo como ela se sente diante da situação delicada que está enfrentando.

Hattie se apresenta como uma mulher emancipada, jovial e livre, mas ao mesmo tempo filha da tradição europeia.

Figura 41. Figurinos de Hattie e Hillary.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *The Grass Is Greener* (1960).

Na varanda, Hillary elabora uma desculpa para omitir o fato de que seu casaco de vison foi um presente de Charles. Ela mente, ao afirmar que achou uma mala na estação de trem e que a trouxe para que a ajudassem a ver o que tinha dentro, uma vez que ela não possuía a chave. Hattie, tendo ciência da mentira, pergunta quem ficará com o que houver lá dentro, caso seja algo de valor, desejando o casaco para si. Hillary prontamente exige o direito de ficar com o que for achado. Entretanto, ao abrir a mala há, apenas, uma bota e a escultura de um peixe, a qual é entregue à Hillary que a recebe de forma desgostosa, sem entender o ocorrido (FIGURA 42).

Figura 42. Hillary recebe a escultura de peixe que estava em sua mala.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *The Grass Is Greener* (1960).

7.2.7 Hillary rompe o caso com Charles - 01h41min59s - 01h44min28s

Depois que os homens, sem que as protagonistas soubessem, duelam armados pelo amor de Hillary, ela percebe o quanto Victor a ama e o quanto ela mesma ama seu marido. Assim, ela decide que continuará ao lado do esposo, rejeitando Charles. Após ela falar com ambos sobre sua decisão, Hattie chega à sala onde eles estão. Ela está vestida com o casaco de vison que Hillary ganhou de seu ex-amante, o que a deixa irritada e a leva a perguntar, boquiaberta, quem teria lhe entregado o objeto. Hattie diz que entende o porquê de sua amiga estar tão enciumada, uma vez que aquele é o casaco dos sonhos de qualquer mulher. Hillary fica cada vez mais aborrecida, ao ponto de tomar uma das armas com as quais os rapazes duelaram e ameaçar Hattie de morte, caso ela não retirasse imediatamente a peça de roupa de sobre seu corpo (FIGURA 43). Completamente assustada, Hattie entrega o casaco, ficando apenas de lingerie branca na sala.

Figura 43. Hillary ameaça Hattie de morte por causa do casaco de vison.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *The Grass Is Greener* (1960).

Como explicado na primeira cena analisada, o casaco de vison se tornou um símbolo do relacionamento de Hillary com Charles, apesar de ela não aparecer vestida com ele nem sequer uma só vez. No momento em que ela decide terminar seu caso extraconjugal, essa peça de roupa é devolvida ao amante (FIGURA 44). Rejeitar o casaco é rejeitar uma vida mais livre, e se prender aos valores da maternidade, do casamento, da fidelidade; valores que estavam sendo questionados durante a década

que se iniciava. Tal fato é confirmado por uma de suas falas na cena: “É demais para uma dona-de-casa vestir um casaco de vison”.

Figura 44. Ao terminar seu caso, Hillary devolve o casaco a Charles.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *The Grass Is Greener* (1960).

Logo após isso, Charles põe o casaco sobre o corpo seminu de Hattie que, de repente, parece atrair a atenção dele. A cena final sugere que os dois entram em uma relação amorosa, pois Hattie e Charles deixam a casa dos condes juntos em um carro conversível, e ela portando o casaco de vison (FIGURA 45). Enquanto isso, os condes estão recepcionando os seus dois filhos que acabaram de chegar de viagem. Ao passo que os condes permanecem (na casa), ficam para trás (no fundo da imagem/nos valores passados), Hattie avança (no carro), é visionária, é emancipada, é o modelo de mulher contemporânea dos anos 1960.

Figura 45. Hattie e Charles deixam a mansão em um carro conversível.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *The Grass Is Greener* (1960).

Percebemos, nesse momento, o desejo da Dior em atingir o público dos Estados Unidos, que era o principal país para o qual a empresa exportava seus produtos, ao conferirmos que quem termina ao lado do milionário americano é aquela que usa roupas da Dior. A cena explora o desejo americano por um mundo de luxo, cujo sucesso financeiro do pós-guerra poderia proporcionar-lhes. Assim, a Dior vende seus produtos como portas de acesso a um mundo de glamour e poder aristocráticos que as mulheres estadunidenses poderiam tomar posse, através do consumo, para construir uma imagem de superioridade social e um perfil sedutor aos homens de seu próprio país.

8 ARABESQUE - 1966 - SOPHIA LOREN

8.1 A PERSONA DA ATRIZ SOPHIA LOREN

8.1.1 Pano de fundo da ascensão de Sophia Loren como uma estrela

A Segunda Guerra Mundial causou o colapso do sistema político vigente na Itália, de modo que as ideias formadas pela população nacional acerca do país e seu futuro se tornaram incertas e foram abandonadas de certo modo. Porém, na Itália do pós-guerra, “quatro redes subculturais ou áreas de diferentes consistências proveram a estrutura para a vida civil e política” (GUNDLE, 2004, p. 78, tradução nossa).

A primeira área era o catolicismo, o qual já estava entranhado na cultura do país, de modo que podia reunir a sociedade em torno de uma identidade comum à maioria, unificando-a. A segunda dizia respeito à “cultura esquerdista, cujos valores centrais produziam uma forte identificação com a classe trabalhadora e a crença no papel dela em reformar a sociedade” (GUNDLE, 2004, p. 78, tradução nossa).

A terceira área foi caracterizada pela influência da cultura dos Estados Unidos, através da disseminação do consumismo e da cultura pop norte-americana que criaram um desejo geral pela prosperidade e ascensão social. (GUNDLE, 2004)

Além disso, incluía-se a cultura popular das classes subalternas, principalmente de Roma e Nápoles, que possuíam uma forte identidade ligada à vida rural. “Pré-industrial e pré-moderna por natureza, era uma cultura da rebelião, do orgulho, da honra e da autoafirmação e invenção” (GUNDLE, 2004, p. 78, tradução nossa).

8.1.2 Sophia Loren: um símbolo de “italianidade”

A atriz italiana Sophia Loren iniciou sua carreira na década de 1950, aos dezesseis anos de idade, participando de vários filmes nacionais que repetidamente a associavam a uma imagem humilde e batalhadora, relacionada ao seu próprio passado marcado pela pobreza nas cidades de Roma e Nápoles. Além disso, tais produções exploravam uma representação muito sexy da atriz. Porém, apesar de bastante erotizada, Loren não chegava a sofrer uma objetificação pelos homens, nos filmes, mas era representada como uma mulher que possuía controle sobre sua sexualidade e a utilizava da maneira que achava mais apropriada. (GUNDLE, 2004)

Devido ao seu sucesso nacional, o cinema norte-americano a contratou para a atuação em papéis principais, os quais promoveram sua fama global. Entretanto, tais filmes redirecionaram a persona da atriz para uma imagem muito mais prestigiosa, quando ela interpreta, inclusive, “aristocratas e mulheres nobres em dramas históricos e glamorosas produções” (GUNDLE, 20004, p. 85, tradução nossa). Assim, a imagem da atriz servia como um exemplo de alguém que conquistou o sucesso, um modelo de prosperidade, sofisticação e elegância almejado pela audiência que a consumia.

Em meio a uma carreira artística ascendente, o caso amoroso da atriz com o produtor Carlo Ponti escandalizou os católicos, pois ele abandonou sua esposa por Loren, quando o divórcio ainda não era legal na Itália. A Igreja não evitou manchar sua imagem, ao apresentá-la como uma destruidora de lares e ameçarem-na de excomunhão. Devido a esse fato, o encanto da atriz diminuiu, reerguendo-se apenas ao engravidar, em 1967. Uma gestação de risco espetacularizada pela mídia “lherendeu uma imagem mais humana e aceitável mesmo para quem há muito tempo a via com aversão” (GUNDLE, 2004, p. 91, tradução nossa), reconquistando assim os católicos, por uma associação à imagem da Madona.

Desse modo, Sophia Loren conciliou os elementos mais importantes da cultura italiana em sua imagem pública, tornando-se um símbolo recorrente da Itália para seus conterrâneos e no âmbito global. Porém, dentre as quatro imagens erguidas em torno de Loren, as quais, como visto, dizem respeito a uma pobre e batalhadora mulher; uma erotizada amante; uma glamorosa europeia e, por fim, uma madona, a Dior veste apenas aquela que pode reiterar a personalidade da marca. Assim, Loren porta figurino composto por roupas da Dior ao interpretar personagens de posição social elevada, de modo a disseminar uma simbologia de luxo e poder associada aos produtos da marca que endossa. (BEZERRA, BATISTA, 2016)

Um dos resultados da associação da marca Dior com Sophia Loren foi, justamente, a construção dessa imagem mais elegante e prestigiosa em torno da atriz, a qual se estabeleceu dentro e fora das telas e fez mídias da época reconhecerem que a marca contribuiu para que ela possuísse um estilo mais parisiense e prestigioso. (SMALL, 2009)

8.2 ANÁLISE DO FILME ARABESQUE (1966)

8.2.1 Sinopse e ficha técnica

Arabesque (1966) conta a história de David (Gregory Peck), um professor universitário contratado para decifrar um monograma que possui um mensagem muito importante para Beshraavi (Alan Badel), um vilão que deseja matar o embaixador da Arábia. Após o monograma ter sido eventualmente perdido, Yasmin Azir (Sophia Loren), uma espiã do governo da Inglaterra, tenta recuperá-lo. Para isso, ela conta com a ajuda de David, que inicialmente sente-se confundido, pois Yasmin tem de ser amante dos vilões para conseguir retirar deles as informações que precisa.

Essa obra cinematográfica pode ser encaixada em diversos gêneros, como ação, aventura, suspense e romance. A ficha técnica desse filme pode ser conferida na Tabela 6:

Tabela 6. Ficha técnica do filme Arabesque (1966).

Tempo de duração	105 min
Som	Mono
Cor	Colorido (Technicolor)
Proporção de tela	2.35 : 1
Formato do negativo	35 mm
Direção	Stanley Donen
Produção	Stanley Donen (produtor) Denis Holt (produtor associado)
Música	Henry Mancini
Fotografia	Christopher Challis
Edição	Frederick Wilson
Direção de arte	Reece Pemberton
Maquiagem	W. T. Partleton
Gerenciamento da produção	David W. Orton
Assistente de direção	Eric Rattray (assistente de direção) John Jordan (segundo assistente de direção) Terence A. Clegg (segundo assistente de direção) Stuart Black (terceiro assistente de direção) Richard Hoult (terceiro assistente de direção)
Departamento de arte	Bill Benninson (designer) David Bill (designer) Roy Dorman (designer)
Departamento de som	C. Le Mesurier (mixagem) John W. Mitchell (mixagem) Don Sharpe (editor de dublagem) Archie Ludski (editor adicional de dublagem) Ken Barker (técnico de dublagem) Larry Thompson (operador do som da câmera)
Efeitos especiais	Wally Armitage (diretor de efeitos especiais) Jim Hole (supervisor de efeitos especiais) Garth Inns (técnico de efeitos especiais) Jimmy Ward (técnico de efeitos especiais)

Efeitos visuais	Charles Staffell (retroprojeção)
Câmera e departamento elétrico	Austin Dempster (operador de câmera) Laurie Shane (eletricista)
Edição	Thom Noble (assistente de edição) Pepita Fairfaz (segundo assistente de edição)
Departamento de música	Douglas Gamley (orquestrador) Richard Nash (solista de trombone) John Scott (flautista e saxofonista)

Fonte: IMDB, 2016f, 2016g.

Arabesque (1966) foi indicado para o prêmio de melhor figurino do BAFTA, mas perdeu para o filme *The Wrong Box* (1966), na cerimônia de premiação de 1967. Na mesma ocasião, ainda ganhou o prêmio de melhor fotografia de filme colorido. (HANOVER, 2012; IMDB, 2016h)

8.2.2 Primeiro encontro entre David e Yasmin - 00h12min45s - 00h15min29s

David está na biblioteca da mansão de Yasmin, tentando decifrar o monograma de Beshraavi, quando, de repente, ela entra no local. Yasmin é apresentada em segundo plano, por detrás de um objeto de vidro com desenhos geométricos, o qual deixa seu rosto cercado por círculos que remetem às auréolas angelicais (FIGURA 46). Entretanto, as formas são pretas e brancas, de modo que não conseguimos saber se ela é um anjo celeste ou decaído, mas temos a certeza de que ela possui uma beleza divina, a qual faz David levantar da cadeira e parar seu trabalho, estupefato.

Figura 46. Yasmin tem o rosto cercado por “auréolas”.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme Arabesque (1966).

David declara que não conhece muitas pessoas que se vestem como ela. Yasmin, então, levanta a sobreposição do seu nighty, balançando as penas negras da base, as quais dão um caráter extravagante à peça e remetem a algo exótico, fazendo referência a sua relação com Beshraavi que é oriental (FIGURA 47). Por outro lado, a seda e o chiffon são tecidos associados ao luxo e requinte europeus. Assim, mais uma vez, a personagem é dúbia e misteriosa. Não sabemos claramente sua nacionalidade, suas intenções, nem de que lado ela está.

Figura 47. Yasmin expõe seu nighty a David.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *Arabesque* (1966).

Yasmin se aproxima de David e pede para que ele levante o zíper do seu grande decote nas costas. Tremendo de excitação, ele a ajuda, e, enquanto se distrai com o vestido, ela gira a mesa onde ele está trabalhando, numa tentativa de pegar o monograma, mas, quando está prestes a pôr a mão sobre o papel, David o segura.

Percebemos que o vestido serve como uma arma de sedução usada por Yasmin para conseguir o que deseja. O grande decote representa sua própria sexualidade, sobre a qual ela possui poder, utilizando-a da maneira como acha mais apropriada e para satisfazer seus próprios anseios.

Desse modo, podemos contemplar certa semelhança da personagem Yasmin com a representação das *femmes fatales*, as quais são ambíguas e levam à perdição os homens que por elas se deixam seduzir. Esse conceito é reforçado, ainda, pelo fato de ela usar uma peça de luxo, composta inclusive por diamantes, a qual provoca desejo; porém, o preto alude ao pecado que pode somente desembocar na perdição e na condenação dos que dão vasão à carne.

Após ajudá-la com a roupa, ambos se sentam sobre um sofá. Yasmin tenta alertar David sobre algo acerca do monograma, porém Beshraavi entra no local e os surpreende. Ele pede para que Yasmin vá se vestir para o jantar e, quando ela sai, ele intimida David, insinuando que não divide Yasmin com ninguém.

8.2.3 Yasmin entrega um bilhete à David - 00h15min29s - 00h17min58s

Sob sons de alaúde, instrumento de origem árabe, a cena inicia com um plano que se movimenta em travelling frontal de recuo, deixando a imagem de alguns empregados vestidos em túnicas brancas para mostrar um amigo de Beshraavi que está sentado à mesa, o qual larga os talheres, espantado ao saber que a refeição da noite é um prato oriental a base de cotovia no mel.

Filmada por meio de uma câmera baixa sob a mesa, Yasmin incita David a provar o prato exótico e, de forma proposital, derruba a refeição sobre ele. Prontamente ela se levanta para enxugá-lo, utilizando a situação como um meio de entregar-lhe discretamente um bilhete.

Sua roupa é muito extravagante, pois o vestido é feito em lamê dourado e, sobre o capuz oriental e o decote, há a aplicação de pedrarias brilhantes, uma criação da Dior feita especialmente para o filme (FIGURA 48). Sua aparência é exótica e remete à sua relação com Beshraavi, o qual é um árabe. Porém, sua atitude não condiz com a roupa, pois ela age contra o seu parceiro, ao dar o bilhete secreto para David. A impressão que temos é que ela não é uma mulher de confiança, pois não é possível entender do lado de quem ela está.

Figura 48. Figurino usado por Yasmin durante o jantar com Beshraavi.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *Arabesque* (1966).

Descuidado, David derruba o bilhete dentro da sua sopa, ao limpar a gravata. Há um zoom-in sobre o seu prato, o que chama nossa atenção para o ocorrido. Ao perceber o papel, Beshraavi o indaga sobre o que está escrito ali, e há uma série de close-ups nos rostos dos três personagens, o que produz certa tensão na cena, mostrando que as emoções estão à flor da pele. David contorna a situação, mentindo, ao afirmar que se trata de uma prescrição médica. Ele deixa o local e Yasmin faz o mesmo, não sem antes acariciar Beshraavi e afirma que logo mais o verá novamente.

8.2.4 Yasmin persuade David a parar de decifrar o monograma - 00h19min54s - 00h28min31s

Seguindo a orientação no bilhete recebido durante o jantar, David vai até o quarto de Yasmin, a qual o convida para entrar no banheiro, onde ficariam mais reservados para ter uma conversa particular. O banheiro é muito grande e possui enormes cortinas e papel de parede com estampas de *toile de jouty* em tonalidade rosa claro. Toda essa extravagância é corroborada pelo vestuário de Yasmin (FIGURA 49). Ela porta um vestido cuja estampa imita a textura visual da pele de um tigre, conotando tanto uma identidade oriental quando uma feminilidade forte e perigosa. A toalha sobre sua cabeça remete ao uso de turbantes e, juntamente com as penas que compõem as mangas do vestido, reforça o caráter exótico da personagem.

Figura 49. Figurino usado por Yasmin durante diálogo com David, no banheiro.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme Arabesque (1966).

Ela tenta convencer David a parar de decifrar o monograma, uma vez que ao terminar de fazê-lo, provavelmente seria morto. O professor acha que as suposições

de Yasmin são ridículas, pois não acredita que algo tão cruel e visceral possa acontecer na Inglaterra, considerada por ele um local civilizado, pacífico e nobre.

Beshraavi chega ao local, interrompendo a conversa e forçando Yasmin a destrancar a porta, enquanto David se esconde na banheira. O árabe fica irritado e afirma que pessoas se trancam sempre têm algo a esconder. Yasmin pede para que ele a ajude a procurar o que está escondido, mas ele afirma que o que está omitido são os pensamentos dela. A mente de Yasmin é, para Beshraavi, um lugar inalcançável sobre o qual ele não possui poder e, por isso, se sente em desvantagem.

A partir desse diálogo, percebemos que Yasmin possui faces ocultas dentro de si. Isso também é comunicado quando a protagonista se olha no espelho, o qual produz um reflexo de luz que se localiza apenas sobre uma parte de seu rosto (FIGURA 50). A luz normalmente está relacionada à sabedoria; enquanto as trevas se relacionam à falta de conhecimento. O fato da maior parte do seu corpo estar no escuro e apenas uma porção do seu rosto ter luz mostra que grande parte dos verdadeiros sentimentos, intenções e identidade da personagem estão ocultos à Beshraavi e ao público; e que o que sabemos dela até agora constitui apenas uma pequena fração de quem ela realmente é como um todo.

Figura 50. Reflexo de luz incide sobre o rosto de Yasmin.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *Arabesque* (1966).

Ao perceber que o chuveiro está ligado, Beshraavi insiste para que Yasmin termine de tomar banho e, para agradá-lo, ela acaba tendo que ficar nua em frente à David enquanto se banha sob o chuveiro (FIGURA 51). Ela e Beshraavi discutem por causa dos ciúmes dele, porém ela o acalma, informando que não precisa se preocupar com professores universitários, numa referência à David, pois eles só se interessam

no trabalho e não em conquistar mulheres.

Figura 51. Nua, Yasmin se banha em frente a David.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *Arabesque* (1966).

Quando Beshraavi se apronta para ajudar Yasmin a se enxugar, prestes a descobrir David, o telefone toca. Ele atende e é notificado que o professor sumiu da mansão. Ao saber disso, ele se reúne com os seus capangas para mandar que o procurem. Enquanto ainda está reunido, David sai do banheiro, segurando Yasmin pelas costas e apontando uma tesoura afiada para seu pescoço. David ameaça matá-la caso tentassem impedi-lo de sair da casa em paz. Após fechar a porta atrás de si, Yasmin e David sorriem um para o outro e correm do local.

É importante notar que a roupa com a qual Yasmin está vestida no momento em que sai do banheiro é bastante diferente do seu figurino anterior. Ela passa a vestir um casaco trespassado de lã branca com duas fileiras de botões pretos e um cinto sobre a cintura, o qual é mais sóbrio e elegante (FIGURA 52).

Figura 52. Yasmin e David simulam um falso sequestro.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *Arabesque* (1966).

Durante seu banho houve uma espécie de exorcismo, onde a personalidade oriental foi retirada, quando Yasmin tira o roupão e suas conotações exóticas de si. Como no batismo cristão, o velho eu (oriental) é abandonado e lavado fora por meio da água, dando lugar a um eu renovado (europeu). Inclusive a cor de seu casaco é branca, assim como as vestes usadas nos batismos da igreja católica. A partir desse momento, percebemos que ela não está do lado de Beshraavi, pois sua roupa passa a se relacionar à elegância europeia e não mais à extravagância oriental. A impressão que temos agora é que ela está do lado do bem, uma vez que o branco também está associado à paz e à pureza.

8.2.5 Yasmin e David fogem de Beshraavi - 00h28min32s - 00h46min36s

Após terem fingido o falso sequestro, Yasmin e David deixam a mansão e fogem para dentro de um zoológico, enquanto são perseguidos por um dos capangas de Beshraavi.

Durante essa cena, há muita tensão e suspense, pois os protagonistas têm de correr bastante para evitar a morte eminente (FIGURA 53). Yasmin continua vestindo seu casaco branco, o qual possui uma modelagem reta que contrasta com a moda das cinturas marcadas que remetiam ao uso de espartilhos que expressavam ócio por impedirem parte dos movimentos de suas usuárias. O casaco mais solto do corpo fornece mobilidade à Yasmin durante essa corrida, mostrando-nos que ela é uma mulher ativa, dinâmica e pronta para enfrentar qualquer perigo.

Figura 53. Yasmin e David fogem do capanga de Beshraavi.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *Arabesque* (1966).

David luta com o perseguidor. Enquanto estão brigando, um terceiro personagem aparece e o salva. David parece aliviado com a chegada desse senhor, porém, ao vê-lo assassinando o vigia do zoológico, perde a noção se ele é do bem ou do mal. Ao indagá-lo do lado de quem ele está, o rapaz informa que trabalha para Yasmin.

Nesse momento, novamente não é possível entender qual a verdadeira face da personagem Yasmin Azir. Há pouco tempo, ela havia demonstrado ter um espírito renovado e bom, mas, agora, parece ter seus próprios planos malignos independentes aos de Beshraavi. Essa imagem dúbia é reforçada por meios de elementos estéticos que fazem referência ao filme noir e caracterizam Yasmin como uma espécie de *femme fatale*.

A cena, apesar de colorida, possui um cenário com muitas sombras e uma aparência degradada, assim como as ambientações dos filmes do gênero noir (KEMP, 2011). Outro fator interessante é que o homem que salva David veste-se como um típico detetive *hard-boiled* desse gênero fílmico, usando um trench coat e um chapéu fedora (FIGURA 54).

Figura 54. Figurino do homem misterioso.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *Arabesque* (1966).

A *femme fatale* é a própria Yasmin que possui um grande poder de sedução, o qual é comunicado pelo seu casaco feito de casimira, material muito caro usado no vestuário de luxo, e envergado por ela para deslumbrar os homens. Além disso, sua roupa possui botões e cinto pretos, os quais explicitam a dubiedade da personagem:

o branco simboliza a bondade e delicadeza; enquanto o preto é a representação da maldade e da violência, ambos contidos na mesma mulher (FIGURA 55).

Figura 55. Figurino de Yasmin durante a cena da fuga.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme Arabesque (1966).

Após desmaiar, ao ser espancado na cabeça pelo homem que instantes atrás o salvou, David acorda na parte traseira de uma van. Do seu ponto de vista, a cena aparece em um enquadramento torto, conotando os distúrbios nervosos causados em David, que ainda não se recuperou totalmente do desmaio (FIGURA 56).

A primeira imagem vista por ele, é o beijo de Yasmin e Yussef, um outro homem que veste uma jaqueta de couro preta sobre uma t-shirt branca de algodão, fazendo uma referência clara ao personagem Jhonny do filme *O Selvagem* (1953), o qual ficou conhecido por seu comportamento marginal e agressivo. Desse modo, percebemos rapidamente que Yasmin mantém relacionamento amoroso com um vilão.

Figura 56. David acorda do desmaio.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme Arabesque (1966).

Diante dessa cena confusa, David fala, ironicamente, que está surpreso com Yasmin, pois a conheceu como uma mulher árabe pobre e subjugada, mas agora a vê como uma pessoa emancipada que possui Beshraavi em uma mão e Yussef na outra. Yasmin se torna, desse modo, a representação de uma mulher independente, que possui poder sobre si mesma e, inclusive, sobre os homens, os quais não passam de peças nas mãos dela, com os quais ela joga de acordo com seus objetivos.

Embora não seja o ideal de mulher que espera pelo “príncipe encantado” que a salve dos perigos, Yasmin não chega a ter uma aparência masculinizada. Ao mesmo tempo em que é dinâmica, ela possui beleza e uma feminilidade delicada que utiliza como armas para seduzir e persuadir de acordo com seus objetivos. Isso fica claro quando ela deita sua cabeça sobre David, acariciando-o, numa tentativa de fazer-lhe revelar onde escondeu o monograma (FIGURA 57).

Figura 57. Yasmin tenta seduzir David.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *Arabesque* (1966).

Ao perceberem que não conseguem tirar qualquer informação de David, Yasmin e os dois vilões o jogam no meio do asfalto. A cena volta para a mansão de Yasmin, onde ele chega e vai ao encontro de Beshraavi. Ele a recebe com uma massagem nos pés, o que comunica a posição masculina em relação a ela: literal e figurativamente, todos os homens estão aos seus pés, encantados e submissos. Enquanto é massageada, ela o indaga como ele pode ser tão bom para ela, apesar dos problemas que ela causa. Ao retirar o seu casaco branco, vemos um vestido de seda negro, o qual a apresenta como uma vilã, enquanto Beshraavi lhe solicita que vá atrás de David e resgate o monograma.

8.2.6 Caça ao monograma - 00h46min37s - 00h57min55s

Yasmin vai à casa de David, e tenta convencê-lo a ajudá-la a recuperar o monograma perdido. Ele tem certeza de que Yasmin é uma vilã, porém, ela explica que só ajuda os malfeitores porque sua família será assassinada, caso ela não coopere com eles (saberemos, depois, que isso é uma mentira). Quando está dizendo isso, a imagem do seu rosto aparece no reflexo de um espelho, o que comunica que a verdadeira face de Yasmin está escondida e, assim, aquilo que ela está relatando para David é apenas mais uma de suas muitas dissimulações (FIGURA 58).

Figura 58. Reflexo do rosto de Yasmin no espelho.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *Arabesque* (1966).

David decide ajudá-la. Quando os dois chegam até a van e estão prestes a pegar o pacote de doces que mantém escondido o monograma, Yussef chega, e eles têm que se esconder. Webster, um dos capangas, toma o saco de doces, comendo um a um e jogando as embalagens no chão. Desse modo, David e Yasmin são forçados a seguirem-no para recuperarem o papel.

Ambos se apressam pelas ruas londrinas e a atmosfera é de tensão. Yasmin veste um *tailleur* composto por blazer e saia. A modelagem mais ou menos reta lhe dá liberdade de movimentos, contrastando com as cinturas espartilhadas da década anterior, conotando, assim, que Yasmin é uma mulher livre, independente, dinâmica, ativa, pois enfrenta vários dilemas e perigos de maneira prodigiosa e com suas próprias forças. Essas características a colocam em um patamar há muito tempo reservado apenas ao universo masculino. Isso é reforçado pela cor de seu figurino, o qual é roxo, cor usada na bandeira do movimento sufragista e na bandeira do

feminismo, uma mistura do azul, masculino, e do rosa, feminino. É interessante perceber, que os conjuntos seguintes usados por ela serão branco e verde. Essas três cores, nessa ordem, são as mesmas da bandeira do sufrágio feminino (FIGURA 59).

Figura 59. Yasmin e David tentam recuperar o monograma.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *Arabesque* (1966).

Por outro lado, o *tailleur* é feito de xantungue de seda, material clássico, delicado e glamoroso. É essa elegância e sensualidade que são suas aliadas para seduzir os homens. Apesar de emancipada, Yasmin não abre mão da sofisticação nem de sua feminilidade, como podemos conferir no momento em que ela tenta convencer, através de seu charme e uma piscadela, um oficial da guarda a levantar seu pé para que ela pudesse pegar uma das embalagens dos doces que acabou indo parar ali. Sob o som de flautas que remetem ao encantamento de serpentes, Yasmin tenta encantar e dominar o rapaz para conseguir o deseja (FIGURA 60).

Figura 60. Yasmin tenta seduzir um oficial da guarda britânica.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *Arabesque* (1966).

Webster acaba encontrando o monograma em um dos doces e liga para Beshraavi, traíndo Yussef, ao vender o papel para o rico árabe. Porém, como Yasmin convive com Beshraavi, ela sabe qual será o lugar onde os vilões se encontrarão para trocar o papel por dinheiro.

8.2.7 O monograma é recuperado - 00h57min46s - 01h01min35s

Yasmin está com Beshraavi numa corrida de cavalos, dando suporte a David, o qual ficou encarregado de recuperar o monograma dos vilões no mesmo local. A roupa dela reitera alguns dos sentidos já expressados anteriormente, pois conota luxo e sofisticação, por meio do uso de pérolas nos brincos e seda no chapéu e vestido; ao mesmo tempo em que constrói uma imagem dinâmica e ativa em torno da personagem, pois possui uma modelagem reta, fornecendo liberdade de movimentos.

Nessa cena, os dois vilões com os quais Yasmin se relaciona estão presentes, tanto Beshraavi, quando Yussef, o qual é representado por Webster, que é um dos seus capangas. Entretanto, é perceptível que o contato que mantém com eles é falso, enquanto, por outro lado, ela está torcendo por David. Desse modo, o público tem certeza que Yasmin é a heroína da história e não a malfeitora. Isso se reflete no seu vestuário, o qual aparece inteiramente branco, e nas paredes brancas atrás de si, refletindo a bondade e pureza da personagem (FIGURA 61).

Figura 61. Traje usado por Yasmin durante a corrida de cavalos.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme Arabesque (1966).

Uma câmera subjetiva possui as extremidades sombreadas para dar a impressão de que Yasmin observa David através de binóculos (FIGURA 62). Após o

encontrar entre a multidão, ambos conversam e se distanciam um do outro. Ele consegue recuperar o monograma, ao ir busca-lo no meio da pista de cavalos, arriscando a vida.

Figura 62. Câmera subjetiva sugere visão por binóculos.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *Arabesque* (1966).

8.2.8 Yasmin é presenteada por Beshraavi - 01h03min52s - 01h05min34s

Beshraavi surpreende Yasmin, ao presenteá-la com vários pares de sapatos luxuosos. São objetos que ele comprou para tentar persuadi-la a ir atrás de David e usar sua sedução para recuperar o monograma.

O diálogo entre os dois também versa sobre o fato de David ter descoberto a hora e o local exatos onde Webster entregaria o papel. É perceptível que ele insinua que foi Yasmin quem contou tudo ao professor. Beshraavi se sente traído e começa a perceber que Yasmin não está necessariamente do seu lado. Ele entende que ela é uma mulher de várias faces, ou seja, é difícil saber quem ela é de verdade. Isso fica explícito através do reflexo da personagem nos espelhos paralelos que reproduzem sua imagem infinitas vezes, mostrando-nos que dentro de uma só mulher há diversas identidades (FIGURA 63).

Uma vez que o figurino ajuda a dotar o personagem de um “eu”, a multiplicidade de sapatos ali presentes alude à multiplicidade de personalidades que Yasmin possui. Ao unir o *nighty* de chiffon com a bota de vinil, por exemplo, conjuga duas coisas com sentidos bastante opostos. Enquanto o primeiro é extravagante e mais tradicional, o segundo é minimalista e futurista, entretanto, ambos vestem a mesma mulher. Essa cena é reveladora de uma sociedade que vivia o florescer da pós-modernidade, onde

o individualismo se torna extremo e onde as possibilidades de identidades sociais se tornam plurais e fragmentadas tais quais a personagem Yasmin e suas roupas.

Figura 63. A imagem de Yasmin é refletida em espelhos paralelos.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *Arabesque* (1966).

8.2.9 Yasmin é atacada por Yussef - 01h07min52s - 01h16min08s

Tendo certeza absoluta que a história sobre a família de Yasmin não passa de uma farsa, David mente, afirmando que decifrou o monograma. Ao ser indagado qual o significado descoberto, ele cria instantaneamente uma frase sem muito sentido por meio da junção de palavras que vê nos outdoors da estrada onde o carro dela passa.

Yasmin, então, afirma que precisa entregar essa mensagem ao embaixador, porém não quer que David a acompanhe. Ao ser deixado no caminho, ele pega um táxi e a segue.

Ao invés de ir à embaixada, Yasmin conduz seu carro até um campo de construção civil. Na frente da porta, uma placa informa: “*beware*”, que significa “tome cuidado”, em tradução livre. A cor vermelha da placa, do carro e das luzes nas paredes também anunciam que algo ruim está por acontecer e que o melhor a fazer seria parar e não entrar no local (FIGURA 64).

Figura 64. Yasmin entra num campo de construção civil.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *Arabesque* (1966).

Yasmin foi chamada ali por Yussef que preparou uma armadilha para matá-la. Enquanto ela o procura dentro de um escritório, ele está conduzindo um trator demolidor, pronto para lançá-lo sobre ela. Antes que o pêndulo a alcançasse, David grita para que ela saia do local. Yasmin, então, pula de cima de uma plataforma de madeira, indo parar no chão sujo de terra.

David vai ao seu encontro, e ela explica que só voltou para falar com Yussef porque ele seria o único que entenderia a confusa mensagem do monograma. A cena toda é composta por tentativas de ambos para se livrarem da morte eminente. Para isso, Yasmin e David têm que correr, subir sobre objetos degradados e se submeter a ficarem totalmente empoeirados com a terra do local, ao desviarem-se do pêndulo do trator (FIGURA 65).

Figura 65. Yasmin e David desviam-se do trator e ficam empoeirados.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *Arabesque* (1966).

Diante disso, são reforçadas a dinamicidade e coragem da personagem, a qual, diferentemente do ideal de feminilidade da década de 1950, é uma mulher ativa e disposta a enfrentar os problemas mais difíceis com suas próprias forças. Isso fica refletido, novamente, através do seu vestuário. Enquanto as cinturas marcadas e, por vezes, espartilhadas explicitavam ócio e uma delicadeza quase imóvel, o seu traje mais reto está ligado ao trabalho, à ação, ao movimento, à dinamicidade, ajudando, assim, a construir a identidade da personagem.

Por outro lado, a peça comunica seu alto status social e seu poder de sedução, uma vez que porta brincos de esmeralda, chapéu de pele de onça e casaco verde-esmeralda feito de lã, os quais são usados elegantemente (FIGURA 66).

Figura 66. Figurino usado por Yasmin no campo de construção civil.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme Arabesque (1966).

8.2.10 Yasmin e David procuram o embaixador - 01h20min15s - 01h30min01s

Yasmin e David descobrem que a mensagem do monograma na verdade está escondida em um *microdot* por debaixo da tinta com a qual foi escrita. Após levarem o papel até uma loja de microscópios, constatam que a mensagem informa que naquele mesmo dia o embaixador árabe, Jena, será morto. A partir de então, os dois protagonistas começam uma corrida contra o tempo para salvar a vida do embaixador.

Em um carro vermelho, David e Yasmin seguem ao aeroporto onde o suposto Jena acabou de aterrissar. Na entrada do local, são impedidos de entrar, mas empur-

ram os guardas e conseguem afastar o embaixador das balas que vinham em sua direção. Entretanto, em meio ao tumulto que foi formado, o assessor do político entra no local e o mata com um disparo no rosto.

Diante da cena, David sente-se inconformado, pois, depois de tanto esforço, não conseguiram salvá-lo. No entanto, Yasmin segura em sua mão e corre até à saída, afirmando que aquele não era o real Jena e que deviam se apressar em encontrar o verdadeiro (FIGURA 67). Ao ser indagada como ela poderia ter certeza que aquele não era Jena, ela revela que é uma espiã do governo inglês e que já havia conhecido o político pessoalmente, de modo que ele deveria ter a reconhecido, o que não ocorreu com o falso embaixador.

Figura 67. Yasmin e David correm à procura do embaixador.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *Arabesque* (1966).

Yasmin usa um sobretudo feito de vinil, material que se tornou um manifesto de transgressão, jovialidade e modernidade nos anos 1960, uma vez que contrastava com a tradicional lã, e estava associado às roupas futuristas de Courrège e Rabanne, principalmente. A cor da peça em questão é vermelha, a qual destaca a personagem do ambiente acinzentado em que está, focando a atenção sobre ela (FIGURA 68). Além disso, o vermelho está relacionado ao poder do fogo, ao sangue, à agressividade e à excitação, ajustando-se ao momento de ação da cena, a qual conta inclusive com uma morte. O vermelho é a cor do deus romano da guerra, Marte, o que ajuda a iden-

tificarmos Yasmin como uma heroína destemida, forte e ativa. Ela é quem salva o dia, fator que na época era mais comumente associado aos super-heróis masculinos.

Figura 68. O figurino de Yasmin se destaca do cenário acinzentado.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *Arabesque* (1966).

A personalidade de Yasmin se ajusta às mudanças sociais que aconteceram no comportamento feminino por volta da década de 1960. A multiplicidade de identidades que a personagem tem que adotar por causa de sua profissão como espiã é um indício da pressão que começou a se impor sobre as mulheres para que exercessem diferentes papéis sociais. Antes, o destino feminino era bem definido: ser uma boa esposa, mãe e dona-de-casa. Entretanto, cada vez mais as mulheres entravam no mercado de trabalho, tinham espaço no ensino superior, experimentam uma maior liberdade sexual e se comportavam de forma mais autônoma (RAINHO, 2014). Yasmin dialoga com essa “nova mulher”, uma vez que é solteira, mas possui diversos companheiros sexuais; ganha seu dinheiro com suas próprias forças, pois, como agora sabemos, ela possui um emprego de espiã; e, uma vez que ainda não é mãe, dedica todo seu tempo e esforço para cumprir com as atividades do trabalho da melhor maneira possível, chegando a arriscar sua própria vida.

8.2.11 Beshraavi é derrotado - 01h30min02s - 01h39min22s

Yasmin e David retiram o verdadeiro embaixador de dentro de um baú que está na caçamba de um carro, o qual está sendo guiado até uma fazenda onde Beshraavi espera por Jena.

Quando os vilões percebem o ocorrido e notam a presença dos protagonistas, então os perseguem. A partir desse momento, os cortes são muito rápidos e a câmera balança bastante, o que ajuda a criar a atmosfera de ação, movimento e tensão da cena.

Tentando fugir, os mocinhos adentram em uma plantação onde são perseguidos por um trator vermelho e amarelo, cores quentes que representam a violência e a necessidade de atenção ao perigo eminente. O cenário é um ambiente rural, e a iluminação é aparentemente natural (FIGURA 69).

Figura 69. Yasmin, David e Jena fogem de Beshraavi.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme Arabesque (1966).

Após se afastarem dos tratores, David encontra alguns cavalos, sobre os quais os três personagens sobem para fugir de Beshraavi, que agora os segue em um helicóptero vermelho, enquanto atira incansavelmente. A partir desse momento, podemos conferir uma relação forte entre a personagem Yasmin e o mito das amazonas.

As amazonas, segundo a mitologia grega, eram um grupo de mulheres guerreiras da Capadócia que formavam um Estado no qual os homens não eram admitidos. Sua capital era Temiscira. Uma vez ao ano, se uniam aos gargareos, seus vizinhos; dos filhos que nasciam, não deixavam com vida mais que as meninas, as quais eram ensinadas a caçar e guerrear (TABARES, 1998, p. 106, tradução nossa).

As amazonas são comumente representadas sobre cavalos e carregando armaduras. Além disso, eram conhecidas por possuírem o seio direito mutilado, para melhor usarem o arco de forma destra. (TABARES, 1998)

Assim, o mito das amazonas é evocado nessa cena, quando Yasmin sobe sobre o cavalo, o que ajuda a construir sua identidade como uma mulher forte, guerreira, imbatível e que é tão poderosa quanto qualquer homem (FIGURA 70).

Ela enverga um vestido de lã e botas de vinil marrons. Tal cor está relacionada com a natureza, pois está abundantemente presente tanto na flora quanto na fauna, e se mescla com a paleta de cores da cena que se passa no campo; inclusive as paredes do estábulo e o próprio cavalo são marrons. Assim, essa cor simboliza os sentimentos viscerais da personagem: uma autodefesa e agressividade animais e um desejo de escapar quase instintivo. Ela rasga seu próprio vestido nos dois lados para poder cavalgar de maneira mais confortável, o que lhe dá mais dinamicidade; porém, ao mesmo tempo, sua sensualidade é de certa forma explorada, uma vez que suas pernas estão mais à mostra. É perceptível que ambos os sentidos de dinamicidade e sedução, que estão presentes na maioria das cenas, são evocados novamente aqui.

Figura 70. Yasmin sobe sobre um cavalo.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *Arabesque* (1966).

O trio foge até uma ponte antiga, onde se refugiam. A câmera os filma com o enquadramento inclinado, conotando o desequilíbrio emocional dos personagens, os quais vivem um momento de muita tensão, e os têm nervos à flor da pele. No fundo, uma placa de aviso em vermelho diz: “grande perigo, por favor, mantenha distância” (em tradução livre), aludindo ao perigo de vida à que os três personagens estão

submetidos. David toma uma escada e a lança sobre as hélices do helicóptero, derrubando-o sobre o rio e matando Beshraavi e seus capangas (FIGURA 71).

Figura 71. David derruba o helicóptero de Beshraavi.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme Arabesque (1966).

8.2.12 Yasmin e David terminam romanticamente - 01h39min23s - 01h40min48s

Após derrotarem Beshraavi, David e Yasmin aproveitam um dia de sol tranquilo. Eles navegam em um pequeno barco em meio à um parque bastante arborizado e se beijam romanticamente (FIGURA 72).

Figura 72. David e Yasmin se beijam na cena final.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme Arabesque (1966).

Yasmin promete a David que daquele momento em diante não espionará mais, porém, quando ele se joga ao mar, fingindo estar se afogando, ela prontamente se

levanta, prende a respiração e se lança para salvá-lo, mostrando que ela continua preparada para qualquer ameaça e problema que se lhe imporem (FIGURA 73).

Figura 73. Yasmin lança-se ao rio para salvar David.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *Arabesque* (1966).

Nota-se que essa cena alude ao romantismo aristocrático. Segundo Elias (2001), os cortesãos do Antigo Regime sentiam-se angustiados pelos grilhões da corte, causados pela complexidade das relações humanas e coerção à uma rígida autodisciplina que diminuía a espontaneidade dos sentimentos. Assim, as relações entre homens e mulheres se tornava difícil e distante, pois era muito complicado saber, entre eles, quais seriam os verdadeiros sentimentos de um para o outro, pois sempre estavam teatralizando. Desse modo, os nobres vão buscar num passado idealizado por meio da imagem de um estilo de vida bucólico, o local onde, embora reiterado o luxo, se desfrutaria de plena liberdade, longe da corte, e poder-se-ia confirmar a veracidade do amor que os parceiros sentiam um pelo outro.

Nas cenas anteriores, Yasmin sempre escondia sua verdadeira face, agindo de maneira calculada em cada situação para conseguir cumprir os seus objetivos, assim como os nobres que se comportavam de forma teatral. No momento em que não precisa mais usar disfarces, a história se desenrola em um contexto bucólico que constrói a atmosfera romântica da cena, onde o amor, enfatizamos, verdadeiro, é exaltado.

É relevante perceber que o figurino usado por Yasmin difere de certo modo dos trajes usados anteriormente. Quando sua verdadeira identidade é mostrada para o público, a estética de sua roupa retoma as formas iniciais do New Look (FIGURA 74). Ela usa um vestido de cintura marcada que expressa o ócio do momento de lazer, do

tempo de descanso depois do trabalho realizado. Busto elevado conota sensualidade. O excesso de tecido, seda, causado pelo plissado da saia, é ostentoso, mas também remete ao formato de uma flor de ponta-cabeça, o que conota delicadeza e romantismo, valores reforçados pelos broches florais.

Figura 74. Figurino usado por Yasmin na última cena.



Fonte: *Print Screen* da cena do filme *Arabesque* (1966).

A famosa frase de Marc Bohan sobre suas criações na Dior parece fazer bastante sentido aqui. “*N’oubliez pas la femme*”, ele disse, mostrando que a mulher Dior dos anos 1960 poderia ser quem ela quisesse, e ter, assim com Yasmin, suas diversas faces e facetas; poderia até transgredir, contanto que não perdesse a essência delicada, romântica e glamorosa que é a característica fundamental da maison desde sua primeira coleção.

9 CONCLUSÕES

A partir dos resultados obtidos por meio da observação explicitada, percebeu-se que os filmes estudados evocam símbolos que constroem um universo aristocrático em torno das personagens que portam figurino composto por peças de roupas da maison Dior, ao fazerem referências a um estilo de vida europeu e cortês hegemônico até o século XVIII. A estética do vestuário figura entre os elementos que traduzem alusões ao estilo histórico da sociedade de corte, empreendimento assumido pela marca Dior na medida em que se propôs à renovação do luxo e do romantismo, por meio do resgate de características ligadas aos valores, à cultura e ao vestuário dos nobres do Antigo Regime.

De forma a equilibrar a imagem das personagens e, em consequência, da própria marca, a Dior, em lugar de fazer referências literais às roupas do passado, constrói uma imagem aristocrática, porém associada a elementos estéticos de vestuário considerados contemporâneos para a época de lançamento dos filmes. Dessa forma, o figurino apresenta uma mescla minuciosa de luxo e inovação; tradicionalidade e irreverência; sensualidade e dinamicidade; elegância e liberdade sexual; sofisticação e jovialidade. Tais valores não estão representados apenas no vestuário, pois os modos como as personagens se comportam convergem para os mesmos significados expressos em seus trajes. Elas são mulheres glamorosas, poderosas, delicadas e românticas, mas que dialogam com os novos ideais de feminilidade contemporâneos às épocas de lançamento dos seus respectivos filmes, seja na década de 1950 ou 1960.

Essa relação entre passado e presente é bastante característica da marca Dior, uma vez que o próprio New Look rompeu com uma tendência de moda feminina que durante anos versava sobre a simplicidade e praticidade. Entretanto, mesmo inovando, o New Look buscou referências no passado, ao resgatar certos aspectos do vestuário das mulheres da corte do Antigo Regime.

Por sua vez, a persona das celebridades, assim como a imagem das personagens que elas interpretam, favorecem a estruturação da personalidade de marca da Dior, num processo que agrega à marca os valores associados às atrizes. As roupas são inseridas na narrativa em associação a determinadas personalidades e estilos de vida, revestindo corpos com passado, presente e futuro, de forma a definir

a mulher Dior a ser comercializada e consumida em qualquer parte do mundo por meio do vestuário.

Tais mulheres são de origem europeia, tanto as atrizes na vida real, quanto as protagonistas no fantástico mundo dos filmes; e se inserem em um contexto que resgata o ideal de romantismo aristocrático. As narrativas conjugam a natureza idealizada, por meio dos cenários bucólicos; o luxo; a valorização do amor verdadeiro entre um homem e uma mulher; e a representação de uma mulher divinizada, amada, porém distante, intocável, delicada e sublime, de modo que precisa ser buscada pelo homem. Esse último ponto nem sempre é verdadeiro, muitas das mulheres que vestem Dior nos filmes também tomam a iniciativa na relação, de modo a reforçar a liberdade sexual característica do fim dos anos 1950 e da década de 1960.

É notável que as personagens possuem alto status social. Aristocratas, milionárias, celebridades do cinema, atrizes de teatro e modelos famosas são os tipos de pessoas que portam peças da Dior nos filmes observados. Desse modo, é comunicado um estilo de vida exclusivo, do qual poucos podem fazer parte e o qual muitos almejam alcançar. O mundo de prestígio, fama e luxo dos que habitam o topo da pirâmide das classes sociais.

Além disso, muitas personagens apresentam um perfil esnobe, persuasivo e dominante, em contraste com os demais sujeitos dos mesmos filmes, os quais comumente estão sob suas ordens e controle.

Outro ponto importante que ajuda a construir a noção de superioridade social em torno das personagens que vestem Dior é o fato de que muitas delas possuem um comportamento que paira sobre as normas sociais mundanas: Charlotte é uma criminosa que se safava do castigo final; Hattie expõe voluptuosidade de forma inocente, não se submetendo aos valores cristãos de “pureza sexual”; Yasmin quebra vários estereótipos de gênero e arrisca sua própria vida para salvar a de outros, parecendo não temer a morte, que é uma das maiores preocupações dos seres vivos; algumas são alheias ao universo do trabalho ordinário que consome a maioria das pessoas. Parece que as regras terrenas não se aplicam às personagens em questão. Desse modo, elas seriam seres distintos, superiores, quase divinos, ou, como diria Morin (1989), semi-deusas.

Tal distanciamento entre personagem e público também é alcançado através do figurino composto por roupas da Dior. Gombrich (2012) mostra que durante o Antigo Regime na França, a grandiosidade e a imponência dos palácios dos

aristocratas geravam um forte contraste com o mundo miserável, sujo e pobre que permeava a vida plebeia e camponesa. Desse modo, o luxo da corte era usado pelos nobres como um meio de criar uma noção de superioridade quase divina na mente de seus súditos e, assim, reiterar seu poder sobre eles. As roupas de luxo da Dior agem de forma semelhante aqui, uma vez que destacam as mulheres que as vestem do mundo ordinário do público que assistia os filmes. Mesmo nas cenas, as personagens são constantemente colocadas em contraste com outros indivíduos bem mais despretensiosos e sem brilho.

É inegável que a maior parte do público dos filmes aqui estudados não estava acostumada a conviver diariamente, na vida real, com peles, diamantes e seda a perder de vista. Sendo assim, a contemplação de peças de roupas luxuosas associadas a todos os outros elementos das cenas acaba gerando prazer visual e deslumbre, pois criam um contraste muito grande com a vida comum e “profana” dos telespectadores. O vestuário de luxo é usado para transportar imaginariamente as pessoas dos seus cotidianos até um lugar melhor e mais bonito; um ambiente perfeito e “sagrado” que reforça a superioridade das personagens e atrizes, e que atrai o público ao consumo de peças da marca Dior, por explorar o desejo e a fantasia dos consumidores, fazendo com que a audiência se projete na narrativa e busque no produto um meio de acessar esse mundo encantado.

Para as não-europeias, principalmente as norte-americanas, a marca é vendida como um símbolo de luxo europeu e parisiense, o qual é consumido, guardadas as devidas singularidades, em analogia ao antigo processo de compra de títulos de nobreza. As americanas ricas, apesar de terem muito dinheiro, não possuíam a tradição aristocrática da Europa. Os looks Dior, tais quais representados na narrativa dos filmes pesquisados, significavam uma aparência e um símbolo de nobreza europeia pelo qual elas podiam pagar, além de um recurso útil à construção de uma imagem de glamour e beleza para seduzir os homens de seu próprio país.

Essa relação de consumo, onde as estrangeiras ricas se deixam se seduzidas pelo mundo aristocrático europeu, acontece, pois, diferentemente do sistema feudal, onde era praticamente impossível migrar de uma classe social para outra, no capitalismo, essa mudança de classes é possível, sendo a ascendência de um estrato mais baixo para outro mais alto talvez a forma mais desejável de migração. Esse desejo de distinção social e de se posicionar de forma elevada em relação às camadas sociais mais baixas acaba gerando transformações na forma de vestir das pessoas

que, no propósito de se constituírem como partícipes de uma classe que ocupa uma posição de poder na sociedade, passam a adotar objetos semelhantes aos daqueles que são percebidos como possuindo status superior. Assim, no capitalismo, a moda é usada para criar, reproduzir e comunicar a identidade de classe e o desejo de ascensão social. (BARNARD, 2003).

Diante disso, entendemos que a associação da marca Dior com essas celebridades em narrativas cinematográficas tornou-se uma forma de atrair o público por meio de um modelo de feminilidade europeu e aristocrático baseado no luxo e no romantismo, uma vez que cada vez mais o “*American way of life*” se disseminava, espalhando o desejo entre as pessoas pela prosperidade econômica, pelo consumo e pela ascendência social.

É sintomático que, na época dos filmes aqui observados, as exportações da Dior para os Estados Unidos tenham apresentado um significativo avanço, e a maison tenha chegado a dominar 50% de todas as exportações de Alta Costura francesa para os EUA. Entretanto, a marca não foi disseminada mundialmente apenas por meio da venda de produtos sob medida, mas, também, através do licenciamento do nome da empresa que passou a aparecer em chapéus, meias, gravatas, bolsas e perfumes, os quais, por terem preço mais acessível, iam parar até mesmo na casa de mulheres da classe média estadunidense, as quais também queriam experimentar um pouco da sofisticação que a marca prometia. (BAUDOT, 1999; BEZERRA, BATISTA, 2016; BETTS, 2010; SINCLAIR, 2012)

De forma geral, percebe-se que os significados associados às estrelas são retomados através dos personagens e transferidos para a marca Dior através do endosso das celebridades. A Dior, por sua vez, através da simbologia associada à sua marca e à estética de seus produtos, colabora para estetizar a identidade das personagens do filme em forma de figurino e, além disso, auxilia na construção e reforço da mitologia associada às estrelas. Assim, filme, celebridade, personagem e marca são mutuamente beneficiados por meio do processo de transferência de significados durante o decorrer das cenas.

Através do cinema, a Dior se tornaria amplamente reconhecida pela sociedade, de modo que as mulheres poderiam adotar roupas dessa marca para assim construir suas próprias identidades, ao se apropriarem dos significados que lhe foram atribuídos pelo endosso das estrelas inseridas na narrativa fílmica. Isso seria possível pois as peças de roupas da marca Dior que compunham o figurino das atrizes

comumente seguiam as linhas estéticas dos demais produtos que eram comercializados nas lojas da *griffe*, de modo que qualquer mulher com dinheiro suficiente poderia encontrar ou encomendar à maison objetos de aspecto semelhante.

Durante a pesquisa, encontramos uma lacuna nas publicações acerca de figurinos. Embora haja trabalhos que comunicam o fato de marcas de moda se associarem com filmes para a produção de trajes de cena, não há um relato histórico profundo de como as peças de roupas eram criadas ou escolhidas para os personagens. Como apresentado no capítulo 5, sabemos muito pouco de como eram produzidas e selecionadas as roupas pela Dior para os filmes. Será que em outras marcas o figurinista projetava junto ao estilista? Qual o processo usual de criação desses figurinos? As escolhas eram mais intuitivas ou havia um projeto longo para a criação do traje de cena? A marca escolhia o filme ou o filme escolhia a marca? Essas são algumas questões que podem ser trabalhadas futuramente por pesquisadores que se interessarem pelo fantástico mundo da moda e do cinema.

10 REFERÊNCIAS

AAKER, David. **Construindo marcas fortes**. Porto Alegre: Bookman, 2007.

ALMEIDA, Milton José de. **Cinema, arte da memória**. São Paulo: Autores Associados, 1999.

BACH, Steven. **Marlene Dietrich: life and legend**. London: University of Minnesota Press, 1992.

BARBOSA, Maria Carmen Silveira, et al. **A infância no ensino fundamental de 9 anos**. Porto Alegre: Penso, 2012.

BARNARD, Malcom. **Moda e comunicação**. Rio de Janeiro: 2003, Rocco.

BATISTA, Isaac Matheus Santos; BEZERRA, Amilcar Almeida. **A relação histórica entre a marca de luxo Dior e a atriz Marlene Dietrich no cinema**. In: 6º Seminário Moda Documenta e 3º Congresso Internacional de Moda, Memória e Museu, 2016, Curitiba. Anais do 6º Seminário Moda Documenta e 3º Congresso Internacional de Moda, Memória e Museu. Curitiba: Abepem, 2016a.

BATISTA, Isaac Matheus Santos; BEZERRA, Amilcar Almeida. **Interações simbólicas entre a marca Dior e a atriz Sophia Loren no cinema**. In: 3º Congresso Internacional de Moda e Design, 2016, Buenos Aires. Anais do CIMODE 2016. 3º Congresso Internacional De Moda E Design. Buenos Aires: Abepem, 2016b.

BATISTA, Isaac Matheus Santos; BEZERRA, Amilcar Almeida. **“No Dior, no Dietrich”**: diálogos simbólicos entre marca de moda e cinema no filme Stage Fright (1950). In: 11º Colóquio de Moda 8ª Edição Internacional, 2015, Curitiba. Anais do 11º Colóquio de Moda. Curitiba: Abepem, 2015a.

BATISTA, Isaac Matheus Santos; BEZERRA, Amilcar Almeida. **A narrativa da marca Dior na cinematografia das décadas de 1950 e 1960**. In: VII Encontro de Pesquisas em Comunicação ENPECOM, 2015, Curitiba. Anais do VII Encontro de Pesquisas em Comunicação ENPECOM. Curitiba, 2015b.

BATISTA, Isaac Matheus Santos; BEZERRA, Amilcar Almeida. **Anna Karenina: a influência do new look Dior na construção do figurino cinematográfico.** In: 10º Colóquio de Moda 7ª Edição Internacional, 2014, Caxias do Sul. Anais do 10º Colóquio de Moda. Caxias do Sul: Abepem, 2014.

BATISTA, Isaac Matheus Santos; RIBAS, José Augusto. **As diversas representações do sexo como recursos para construção da personalidade de marca.** In: XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 2016, Caruaru. Anais do XVIII Intercom 2016. Caruaru: Intercom, 2016.

BAUDOT, François. **A century of fashion.** New York: Thames and Hudson, 1999.

BERTUCCI, Janete Lara de Oliveira. **Metodologia básica para elaboração de trabalhos de conclusão de cursos.** São Paulo: Atlas, 2009.

BETTS, Kate. **American Dior.** New York: Assouline, 2010.

BEZERRA, Amilcar Almeida; BATISTA, Isaac Matheus Santos. **A marca Dior no cinema (1950-1970).** In: XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 2016, Caruaru. Anais do XVIII Intercom 2016. Caruaru: Intercom, 2016.

CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do design.** São Paulo: Blucher, 2008.

CEREJA, William Roberto. **Português: linguagens: volume 2: ensino médio.** São Paulo: Editora Anual, 2005.

CIRIBELLI, Marilda Corrêa. **Como elaborar uma dissertação de mestrado através da pesquisa científica.** Rio de Janeiro: 7Letras, 2003.

COSGRAVE, Bronwyn. **Historia de la moda: desde Egipto hasta nuestros días.** Barcelona: Gustavo Gilli, 2005.

COSGRAVE, Bronwyn. **Made for each other: fashion and the Academy Awards.** New York: Bloomsbury, 2007.

COSTA, Francisco Araújo. O figurino como elemento essencial da narrativa cinematográfica. **Revista Famecos**, Porto Alegre, nº 8, agosto de 2002.

COULSON, Clare. **Imperial War Museum: fashion on the ration**. Disponível em: <<http://www.telegraph.co.uk/history/world-war-two/11381542/Imperial-War-Museum-Fashion-on-the-ration.html>>. Acesso em 02 de set. de 2016.

DEBOM, Paulo. O triunfo das aparências: poder e moda no Segundo Império francês. **Veredas da História**, Rio de Janeiro, ano IV, ed.2, 2º semestre de 2011.

DUBOIS, Phillipe. **Cinema, vídeo, Godard**. São Paulo: Cosac Naify, 2014.

ELIAS, Norbert. **A sociedade de corte**. Rio de Janeiro: Zahar Editora, 2001.

FIDM MUSEUM. **Marc Bohan**. Disponível em <<http://blog.fidmmuseum.org/museum/marc-bohan/>>. Acesso em 02 de set. de 2016.

FRIED, Stephen. **Things of beauty: the tragedy of supermodel Gia**. New York: Pocket Books, 1994.

GENTY, Maríla. **Haute Couture: Christian Dior**. Disponível em: <<http://www.martelnyc.com/haute-couture/outure-an.html>>. Acesso em 02 de set. de 2016.

GOMBRICH, Ernest H. **A história da arte**. Rio de Janeiro: LTC, 2012.

GRESSLER, Lori Alice. **Introdução à pesquisa: projetos e relatórios**. São Paulo: Loyola, 2004.

GUIMARÃES, Luciano. **A cor como informação: a construção biofísica, linguística e cultural da simbologia das cores**. São Paulo: Annablume, 2000.

GUNDLE, Stephen. Sophia Loren, italian icon. In: Fischer, Lucy. **Star: the film reader**. New York: Routledge, 2004.

HANOVER, Jérôme. **Stars in Dior**. New York: Rizzoli, 2012.

IMBD. **Stage Fright (1950)**: technical specifications. Disponível em <http://www.imdb.com/title/tt0042994/technical?ref_=tt_dt_spec>. Acesso em 30 de dez. de 2016a.

IMBD. **Stage Fright (1950)**: full cast and crew. Disponível em <http://www.imdb.com/title/tt0042994/fullcredits?ref_=ttspec_sa_1>. Acesso em 30 de dez. de 2016b.

IMBD. **The Grass Is Greener (1960)**: technical specifications. Disponível em <http://www.imdb.com/title/tt0053877/technical?ref_=tt_dt_spec>. Acesso em 30 de dez. de 2016c.

IMBD. **The Grass Is Greener (1960)**: full cast and crew. Disponível em <http://www.imdb.com/title/tt0053877/fullcredits?ref_=ttspec_sa_1>. Acesso em 30 de dez. de 2016d.

IMDB. **Golden Globes, USA**: awards for 1961. Disponível em <<http://www.imdb.com/event/ev0000292/1961>>. Acesso em 30 de dez. de 2016e.

IMBD. **Arabesque (1966)**: technical specifications. Disponível em <http://www.imdb.com/title/tt0060121/technical?ref_=tt_dt_spec>. Acesso em 30 de dez. de 2016f.

IMBD. **Arabesque (1966)**: full cast and crew. Disponível em <http://www.imdb.com/title/tt0060121/fullcredits?ref_=ttspec_sa_1>. Acesso em 30 de dez. de 2016g.

IMDB. **BAFTA Awards**: awards for 1967. Disponível em <<http://www.imdb.com/event/ev0000123/1967>>. Acesso em 30 de dez. de 2016h.

JOHNSON, Telma. **Pesquisa social mediada por computador**: questões, metodologia e técnicas qualitativas. Rio de Janeiro: E-papers, 2010.

JULLIER, Laurent; MARIE, Michel. **Lendo as imagens do Cinema**. São Paulo: SENAC, 2012.

KEMP, Philip. Cinema noir. In. KEMP, Philip. **Tudo sobre cinema**. Rio de Janeiro: Sextante, 2011.

KWITKO, Ana Paula. O sistema do figurino: uma abordagem semiológica. IN. **Revista Comtempo**, Revista Eletrônica do Programa de Pós-graduação da Faculdade Cásper Líbero Volume 2, número 1, junho, 2010

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

LOPES, Ana Cláudia L. F. **Alta-costura, prêt-à-porter e as cópias**: a difusão e produção de moda nos anos 1950. In. 10º Colóquio de Moda. Anais do 10º colóquio de moda, 7ª edição internacional. Caxias do Sul: ABEPEM, 2014.

MACCRAKEN, Grant. **Cultura e consumo II**: mercados, significados e gerenciamento de marcas. Rio de Janeiro: MAUAD, 2012.

MACHADO, Lourdes Marcelino; MAIA, Graziela Zambão Abdian; LABEGALINI, Andréia Cristina Fregate Baraldi. **Pesquisa em educação**: passo a passo. Marília: Edições M3T Tecnologia e Educação, 2007.

MACIEL, Eduardo Jorge Carvalho; MIRANDA, Ana Paula Celso de. de. **DNA da imagem de moda**. In. 5º Colóquio de Moda. Anais do 5º Colóquio de moda, 2ª edição internacional. Rio de Janeiro: Abepem, 2009.

MARCONI, Marina de Andrade. LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2010.

MARCONI, Marina de Andrade. LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados. São Paulo: Atlas, 2006.

MARTIN, Richard. **The ceaseless century**: 300 years of eighteenth century costume. New York: The Metropolitan Museum of Art, 1998.

MARTIN, Richard; KODA, Harold. **Christian Dior**. New York: Metropolitan Museum of Art, 1996.

MARTIN, Richard; KODA, Harold. **Haute Couture**. New York: Metropolitan Museum of Art, 1995.

MENDES, Valerie; DE LA HAYE, Amy. **A moda do século XX**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

METROPOLITAIN Museum of Art. **Ensemble**. Disponível em <<http://www.metmuseum.org/art/collection/search/83283>>. Acesso em 02 de set. de 2016a.

METROPOLITAIN Museum of Art. **Tailleur “Bar”**. Disponível em , <<http://www.metmuseum.org/art/collection/search/81460>>. Acesso em 05 de set. de 2016b.

METROPOLITAIN Museum of Art. **May**. Disponível em <<http://www.metmuseum.org/art/collection/search/81104>>. Acesso em 08 de out. de 2016c.

METROPOLITAIN Museum of Art. **Bonnes vacances**. Disponível em <<http://www.metmuseum.org/art/collection/search/81569>>. Acesso em 05 de set. de 2016d.

METROPOLITAIN MUSEUM OF ART. **Coat**. Disponível em <<http://www.metmuseum.org/collection/the-collection-online/search/158543>>. Acesso em 01 de jun. de 2016e.

METROPOLITAIN Museum of Art. **Chicago**. Disponível em <<http://www.metmuseum.org/art/collection/search/665490>> Acesso em 05 de set. de 2016f.

METROPOLITAIN Museum of Art. **Teheran**. Disponível em <<http://www.metmuseum.org/art/collection/search/95238>>. Acesso em 05 de set. de 2016g.

METROPOLITAIN Museum of Art. **Venus**. Disponível em <<http://www.metmuseum.org/art/collection/search/83234>>. Acesso em 08 de nov. de 2015.

MIRANDA, Ana Paula Celso de. **Consumo de moda: a relação pessoa-objeto**. São Paulo: Editora Estação das Letras, 2008.

MORAES, Márcia Amaral Corrêa de. **PROEM: vencendo as dificuldades de aprendizagem na escola**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

MORIN, Edgar. **As estrelas: mito e sedução no cinema**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.

MORIN, Edgar. **Culturas de massas do século XX, o espírito do tempo 1 – neuroses**. Rio de Janeiro: Florence Universitária, 1997.

MÜLLER, Florence. Dior, couturier to the stars. In: HANOVER, Jérôme. **Stars in Dior**. New York: Rizzoli, 2012.

NATIONAL TRUST. **Osterley park and house: things to see and do**. Disponível em <<http://www.nationaltrust.org.uk/osterley-park/things-to-see-and-do/>>. Acesso em 02 de ago. de 2015.

NOGUEIRA, Carol. **Auto-Tune, a ‘voz’ a geração 2000**. Disponível em <<http://veja.abril.com.br/entretenimento/auto-tune-a-voz-da-geracao-2000/>>. Acesso em 30 de dez. de 2016.

OKAWA, Tomolo. Licensing practices at Maison Christian Dior. In: BLASZCZYK, Regina, ed. **Producing fashion: commerce, culture and consumers**. Pennsylvania: University of Pennsylvania Press, 2008.

PENN, Gemma. Análise semiótica de imagens paradas. In: BAUER, M. **Pesquisa qualitativa com texto imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002.

PEREZ, Clotilde; et al. Celebidades, marcas e consumo: quais atributos dos famosos fortalecem um produto no mercado? **Signos do Consumo**, v. 5, n. 1, 2013. Pp. 70-87.

PETTERMAN, Sueli; DEL VACHIO, Roberta; BONA; Rafael. **A propagação da moda no cinema: um olhar sobre as grifes em O Diabo Veste Prada**. In. XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2008, Natal. Anais do XXXI Intercom 2008. Natal: Intercom, 2016.

PINHO, Valter de Souza. **Comportamento estratégico orientado para mercado no contexto da religião**: um estudo em diocese no Ceará. Belo Horizonte: Universidade FUMEC, 2010. Pp. 106. Dissertação de mestrado, Mestrado em Administração, Belo Horizonte, 2010. Disponível em <http://www.fumec.br/anexos/cursos/mestrado/dissertacoes/completa/valter_de_souza_pinho.pdf>. Acesso em 19 de set. de 2016.

POLLINI, Denise. **Breve história da moda**. São Paulo: Claridade, 2007.

QUINN, Liam. **Touching moment a Sikh man breaks strict religious protocol and removes his turban to help save life of a five-year-old boy who was hit by a car**. Disponível em <<http://www.dailymail.co.uk/news/article-3084923/The-touching-moment-Sikh-man-breaks-strict-religious-protocol-removes-turban-help-save-life-five-year-old-boy-seriously-injured-hit-car.html>>. Acesso em 10 de jun. de 2016.

RAINHO, Maria do Carmo Teixeira. **Moda e revolução nos anos 1960**. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2014.

ROJEK, C. **Celebridade**. Rio de Janeiro: Rococo, 2008.

SANTOS, Antonio Raimundo dos. **Metodologia científica**: a construção do conhecimento. Rio de Janeiro: Lamparina, 2007.

SAVINO, Fábio. **Marlene**. Rio de Janeiro: Centro Cultural Banco do Brasil, 2014.

SEIVEWRIGHT, Simon. **Pesquisa e design**. Porto Alegre: Bookman, 2015.

SHERRIN, Ned. **Oxford dictionary of humorous quotations**. Nova York: Oxford UK, 2008.

SILVA, André Luiz Carvalhal da. **Introdução à análise de dados**. Rio de Janeiro: Epapers, 2009.

SINCLAIR, Charlotte. **Vogue**: Christian Dior. São Paulo: Globo, 2012.

SMALL, Pauline. **Sophia Loren**: moulding the star. Chicago: Intellect Books, 2009.

TABARES, M.^a Isabel Romero. **La mujer casada y la amazona**: un modelo feminino renacentista en la obra de Pedro Luján. Sevilla: Universidad de Sevilla, 1998.

TELEGRAPH. **Jean Simmons**. Disponível em <<http://www.telegraph.co.uk/news/obituaries/culture-obituaries/film-obituaries/7061131/Jean-Simmons.html>>. Acesso em 01 de jun. de 2015. 2005.

THE ALFED Hitchcock Wiki. **Hitchcock Gallery**: Marlene Dietrich. Disponível em: <http://the.hitchcock.zone/wiki/Hitchcock_Gallery:_Marlene_Dietrich>. Acesso em 31 de mar. de 2016.

VEILLON, Dominique. **Moda e guerra**: um retrato da França ocupada. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

VIEIRA, Marcelo Milano Falcão; ZOUAIN, Deborah Moraes. **Pesquisa qualitativa em administração**: teoria e prática. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005.

WEBER, Caroline. **Rainha da moda**: como Maria Antonieta se vestiu para a revolução. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.