
MODA E CINEMA: POSSÍVEIS INTERLOCUÇÕES¹

BATISTA, Fabiano Eloy Atílio²

RESUMO

O presente artigo propõe possíveis reflexões do complexo fenômeno da moda enquanto geradora de consumo e formadora de identidade, a partir de sua interlocução com o cinema. Buscamos demonstrar, analisar e compreender como a moda junto ao cinema se configura como fortes aliados no processo criativo de produtos de moda, bem como eles se intercambiam na forma de representar os anseios e os desejos da sociedade em possuir objetos expostos no longa ou que, em certa medida, os façam pertencentes ao universo dos filmes. Ao longo do artigo, são abordadas, possíveis interlocuções entre cinema e moda, estilistas que produziram figurinos para o cinema, os figurinos ícones e como estes marcam uma determinada temporalidade no que diz respeito ao consumo de moda. São ponderados ainda, diversos produtos e desfiles que foram realizados em consonância ao fenômeno da moda. O delineamento deste artigo se configura em uma abordagem qualitativa, de natureza descritiva (TRIVIÑOS, 1987). Enquanto conclusão, podemos destacar que, o cinema é uma constante referência no campo artístico, principalmente na área da moda, como registro ou como inspiração. Juntos o cinema e a moda simbolizam épocas, mudanças, fontes históricas e servem de referência um para o outro.

Palavras-chaves: Moda. Cinema. Consumo.

Abstract: The present article proposes possible reflections of the complex phenomenon of fashion as a generator of consumption and identity maker, from its interlocution with the cinema. We seek to demonstrate, to analyze and to understand how the fashion with the cinema configures as strong allies in the creative process of fashion products, as well as they are exchanged in the form of representing the yearnings and the desires of the society to own objects exhibited in the long one or that, to a certain extent, make them belonging to the universe of films. Throughout the article are discussed possible dialogues between cinema and fashion, designers who produced costumes for the cinema, the iconic costumes and how these mark a certain temporality with regard to fashion consumption. Are also pondered, diverse products and parades that were realized in consonance to the phenomenon of the fashion. The design of this article is configured in a qualitative approach, of a descriptive nature (TRIVIÑOS, 1987). As a conclusion, we can highlight that, cinema is a constant reference in the artistic field, especially in the area of fashion, as a record or as

¹ Este artigo é fruto do trabalho de conclusão de curso da Especialização em Televisão, Cinema e Mídias Digitais, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora.

² Graduação em Design de Moda. Mestre em Economia Doméstica - Universidade Federal de Viçosa, E-mail: fabiano_jfmg@hotmail.com.

inspiration. Together cinema and fashion symbolize times, changes, historical sources and serve as reference points for each other.

Keywords: Fashion. Movie theater. Consumption.

INTRODUÇÃO

Os filmes são considerados, por grande parte da sociedade, como um significativo meio de disseminação de tendências e *modos*, e atinge, por conseguinte, uma grande parcela da sociedade. Desde os primeiros longas-metragens, percebe-se uma grande influência de atrizes e atores – ou “estrelas” – sobre o público. Assim, com a massificação do cinema e sua maior visibilidade e acessibilidade (Televisão, DVD, *BlueRay*, entre outros), os criadores de moda perceberam que este era um forte aliado ao processo criativo e ao consumo.

Neste sentido, impulsionada pela mudança, a moda está sempre em busca da novidade e da descartabilidade. O novo é sempre necessário. Os criadores de moda perceberam que o cinema chamava (e chama) a atenção do público de certa forma, que por sua vez, passam a desejar roupas e objetos do universo das tramas.

Partindo deste breve recorte, o artigo busca propor presumíveis relações existentes entre a moda e o cinema na sociedade e os aspectos culturais daí decorrentes. Buscar enfatizar os figurinos que se tornaram ícones e referências de moda, que foram expostos em filmes. Busca também, compreender, possíveis desdobramentos desta união na contemporaneidade, a partir da exposição de filmes que sirvam de base para produções de produtos de moda.

Deste modo, o objetivo principal do trabalho é refletir acerca da influência que o cinema passa para a moda e a moda passa para ele, e também a aliança formada por ambos, e por fim demonstrar como os dois – moda e cinema - formam perfeitos aliados como produtos de consumo e como formadores de identidades de grandes grupos da sociedade.

A pesquisa a ser apresentada, quanto aos objetivos a que se propõe, será do tipo descritivo, de natureza qualitativa. Será também, quanto aos procedimentos, do tipo bibliográfico a fim de possibilitar a consulta e análise da pesquisa (TRIVIÑOS, 1987).

CINEMA E MODA: POSSÍVEIS DIÁLOGOS

O cinema passa para os seus expectadores uma forma de identificação, “o cinema dá impressão de que é a própria vida que vemos na tela” (BERNARDET, 1996, p.12). Diante dessa colocação podemos verificar que o cinema tem o poder de encantar e contar uma história que faz com que seus expectadores se identifiquem com o universo criado.

O encantamento é tão grande e causa tanta atração, que o telespectador acaba-se sentindo dentro do filme e não define uma separação objetiva entre as histórias narradas e suas vidas. A imagem de pessoas bonitas, bem sucedidas, atraentes, felizes e bem vestidas, frequentemente desperta pretensões, desejos e cobiça nos indivíduos comuns da sociedade.

As histórias, apesar de sua maioria ficcional, tem o poder de fascinar as pessoas e revelar seus desejos em possuir coisas como os das personagens: objetos, amores, vidas, viagens e afins. Esse é o propósito do cinema encantar seu público e fazer com que os expectadores se fascinem pela obra.

Apesar de sua consagração ser francesa, “o cinema, se tornou o protótipo americano, cuja época áurea se iniciou na década de 30” (COSTA, 1989 p.89). Com a afirmação de Costa percebemos que o cinema teve sua ênfase maior nos Estados Unidos da América, tendo uma evolução muito significativa até os tempos de hoje.

Desde a década de 1930, o cinema Norte Americano já produzia seus filmes com uma “estrela”, um personagem principal da história a ser contada, que passava para o público um modelo de valores e padrões em relação ao modo e comportamento e também expectativas de como ser. No grande auge do cinema, Chanel, umas das maiores conceituadas estilistas da época comenta que,

Para enfrentar o futuro era preciso estudar o meio de comunicação e espetáculo que estava mudando o modo de pensar de meio mundo: o cinema. O teatro tinha perdido o seu papel na cultura popular, não tinha mais condições de impor nem modelos de referências nem modas a um público de massa. Um filme atingia, em um tempo curtíssimo, uma quantidade de espectadores que, provavelmente, o teatro jamais atingiria em toda a sua história. As divas, aquelas para quem todo o mundo olhava para se enamorar, se vestir, se maquiar e se pentear, vinham de *Hollywood*. Ir aos Estados Unidos era fácil, *Hollywood* estava recrutando toda uma série de pessoas ligadas à *Couture* francesa, a quem a indústria cinematográfica oferecia ocasiões únicas para atingir uma fama inesperada e ganhar somas estonteantes (CHANEL *apud* CALANCA, 2008 p.139).

Desta forma, pode-se afirmar que o cinema se tornou uma fábrica de vender sonhos, a maioria das pessoas queria usar, possuir e ser como as “estrelas” de *Hollywood*, e se percebeu um mercado favorável para o consumo. O cinema passou a ser um dos maiores ditadores de moda de todos os tempos, e tendo como foco principal um ator ou atriz que era chamado de “estrela” - a celebridade principal que iria aguçar o desejo.

O termo “estrela” se dá no sentido conotativo da palavra, usado do meio artístico para definir o ator/atriz principal de um filme, novela ou programa. Essas “estrelas” são como personagens principais ou os mais marcantes da obra e aquele que todo o foco

principal da trama se desenrola em torno dela. Ainda, de acordo com que explica Lipovetsky:

A estrela é uma imagem de personalidade construída a partir de um físico e de papéis feitos sob mídia, arquétipo de individualidade estável ou pouco cambiante que o público reencontra em todos os filmes. O *star system* fabrica a superpersonalidade que é a *griffe* ou a imagem de marca das divas da tela. (LIPOVETSKY, 1989 p.214)

Essas estrelas irão cair no gosto popular, e irão fazer com que diversas pessoas passem a se identificar com o que se passa na filmagem, “[...] o cinema jamais deixou de fabricar estrelas, são elas que os cartazes publicitários exibem, são elas que atraem o público para as salas escuras [...]” (LIPOVETSKY, 1989 p.213).

As indústrias da moda assim como o cinema vendem sonhos, desejos em se ter algo que não é do nosso cotidiano e desperta grande interesse ao ver outra pessoa usando, até mesmo por questão de *status*, e esse era o grande papel da “estrela” ser um símbolo de referência. Morim explica como a estrela influenciava o jeito de se portar da sociedade:

Ao usar um vestido Givenchy, você não é apenas uma diva do cinema. Você é Audrey Hepburn olhando a vitrine da *Tiffany's*, comendo uma rosquinha. A vida imaginária dos deuses e heróis é uma imagem que faz com que os “mortais” tentem suprimir sua vida tediosa; sonham em serem como eles, e viver suas aventuras, e o filme que é uma duplicação da vida, projeta essa identificação, fazendo dos atores e atrizes modelos e espelhos de imitações, e até mesmo uma mercadoria, é a multiplicação da sua imagem, uma potência mítica que atrai febrilmente. Segue-se o regime alimentar e corporal da estrela. Adotam-se a maquiagem e os cosméticos que ela usa, imitam-se sua *toilette*, seu comportamento e seus tiques. (MORIN, 1989, p.67).

A grande função da estrela é então fazer com que nós nos identifiquemos com a realidade dela no cinema. Fazendo com que penetramos e nos encantemos com a obra.

No âmbito do cinema a roupa/indumentária é denominada como Figurino/Traje. Serve como uma espécie de “segunda pele” ou uma “armadura” usada pelos atores de uma produção artística (Cinema, Teatro, Televisão).

O figurino é um traje “mágico” – um traje que possibilita, por um tempo, o ator ser outra pessoa, como a capa de Próspero, que concentrava seu poder sobrenatural sobre os ventos e os mares. A roupa do ator ajuda a concentrar o poder da imaginação, expressão, emoção e movimento dentro da criação e projeção do caráter do espetáculo (CUNNINGHAM *apud* GHISLERI, 2005, s/p).

Essa troca de identidade é constante no meio do cinema, pois os atores sempre estão inovando e criando novos personagens. Com a ajuda do figurino isso fica mais fácil, pois, ajudam os atores a se expressarem de um modo diferente a cada momento. De acordo com PALLOTTINI: “O primeiro meio de apreensão que tem o espectador, a sua primeira forma de atingir essa criatura que é o personagem é a visual. O personagem se mostra, assim inicialmente, sob seu aspecto, digamos, físico” (PALLOTTINI, 1989 p.64).

O figurino serve como uma primeira impressão que se tem sobre todos os personagens. Ele é composto por todos os elementos dos personagens, projetados ou escolhidos pelo figurinista, que por sua vez pode ou não ser um profissional da moda, de acordo com a necessidade do roteiro escrito. O figurino ajuda a definir o local onde se passa a cena, o tempo e também pode definir características dos personagens. Para isto se faz necessário analisar o figurino de acordo com seu tempo/espço, Personagem e onde se passa o filme.

Podemos entender com o tempo/espço que o figurino faz com que percebamos em que determinado tempo se passa o roteiro (passado, presente e/ou futuro) ou mesmo em qual estação o mesmo se passa (verão, inverno, primavera ou outono) ou se os personagens se encontram na cidade, campo, praia, por exemplo. Já os figurinos dos personagens são confeccionado de acordo com as características de cada um, ele delimitará em sua primeira visão todas as características sobre eles, servem também para “prejulgar” sobre os personagens da trama como: O mocinho, o Vilão, o Rico, o Pobre e afins.

O objetivo de cada profissão é diferente. O figurinista veste um ator que está encarnando um personagem, que por sua vez serve a um texto que sofre a mediação da câmara e da TV. O estilista pesquisando e criando em função do mercado de consumo, trabalha exclusivamente para o consumidor. Já o arco do figurino é mais amplo: vai do mendigo ao rico, do cafona ao chique. Com o seu lado mais artesanal, o figurinista adapta a moda ao ser humano e é como médico antigo: cuida de tudo. (CARNEIRO, 2003 p.47).

Então percebemos que o figurinista tem um “poder” de transformação no âmbito cinematográfico, esse “poder” acaba sendo tão grande que ele acaba sendo um ditador de moda e tendências fazendo assim com que grandes estilistas se inspirem no que se passa na tela para reproduzir em suas coleções.

OS FIGURINOS ÍCONES

A cinematografia³ teve uma grande influência da moda para criação dos figurinos. Ao longo dos anos tivemos diversos figurinos que marcaram diversas gerações. Diante disso Leite e Guerra comentam sobre o figurino como uma forma de marcar uma característica do personagem que queria assumir: “O figurino, mesmo quando ainda incipiente, teria se presentificado desde que o homem se admitiu como personagem: ele se ornamentava de acordo com as personificações, caracterizações e status que pretendia assumir” (LEITE, e GUERRA, 2002, p.13).

Através de uma forte e significativo *merchandising*, diversas roupas que foram confeccionadas para o cinema despertaram o olhar de diversas pessoas e são lembradas até os tempos de hoje. Essas roupas entraram para história da moda e ditou o modo de se vestir por gerações tendo como forma de divulgação o ator/atriz principal do filme, a “estrela” que divulgava as peças.

A figura 01 Audrey Hepburn usou um dos figurinos mais icônico do mundo da moda, do filme Bonequinha de Luxo (*Breakfast at Tiffany's* - 1961). Holly Golightly (Audrey Hepburn) é uma garota de programa de Nova York que está dedicada a se casar com um milionário, quando se apaixona por um escritor que acaba tendo de mudar todos seus objetivos. Ela eternizou em uma de suas cenas ao usar o tão famoso vestidinho preto, justo ao corpo.

Figura 01- Audrey Hepburn ,Filme Bonequinha de Luxo.



FONTE: <http://tudoorna.com/cineorna/2013/08/15/orna-os-figurinos-de-bonequinha-de-luxo/>

Conforme podemos observar na figura 02 Rita Hayworth sensualizou e ousou no filme dos anos de 1946, quebrando todas as regras e censuras da década. Em Gilda ela,

³s.f. Conjunto de métodos e processos utilizados para a reprodução fotográfica do movimento.

dança e tira apenas uma luva num quase "striptease". O longo tomara-que-caia até hoje é grande sinônimo de sensualidade.

Figura 02 - Rita Hayworth – Filme Gilda.



FONTE: <http://proscontras.wordpress.com/2010/12/30/as-20-personagens-femininas-mais-marcantes-do-cinema/>

Na figura 03 Marilyn Monroe foi dirigida por Billy Wilder no filme O Pecado Mora ao Lado (*The Seven Year Itch* - 1956). Na famosa cena na qual o vestido cor marfim é levantado na rua pelo jato do respiradouro do metrô na calçada tornou-se um ícone; seu vestido esvoaçando de frente-única deixa suas pernas à mostra mostrando toda sensualidade da atriz.

9

Figura 03 - Marilyn Monroe – Filme O Pecado mora ao lado.



FONTE: <http://bymarina.com.br/figurinos-que-marcaram/>

Figura 04 Marlon Brando no filme Um bonde chamado desejo (*A Streetcar Named Desire* – 1951), veste um dos figurinos mais icônicos de todos os tempos. Um estilo associado à rebeldia da década: jeans, camiseta branca e jaqueta de couro.

Figura 04 - Marlon Brando – Um bonde chamado desejo.

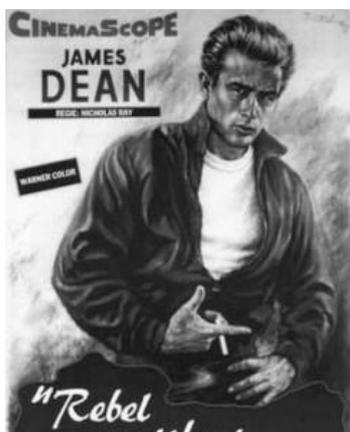


FONTE: <http://oresumodamoda.blogspot.com.br/2011/05/moda-e-o-cinema-os-figurinos-marcantes.html>

Na figura 05 James Dean, no longa de 1955 , veste em Juventude Transviada (*Rebel Without a Cause* -1955), o que a época passava , sinônimo de rebeldia ele usava t-shirt branca, calça jeans e jaqueta perfecto . Era o verdadeiro “rebelde sem calça” era do mesmo estilo de Marlon Brando.

10

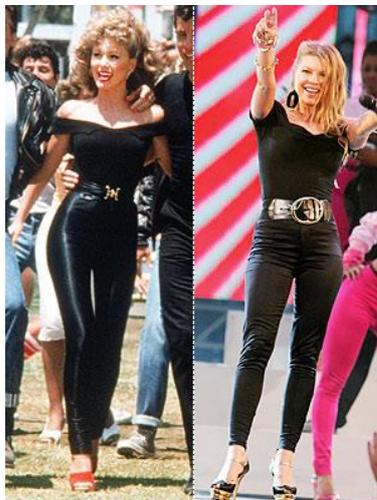
Figura 05 - James Dean – Juventude Transviada.



FONTE: <http://blogdoupstore.com/tag/james-dean/>

Na figura 06, Olivia Newton-John no filme Grease - Nos tempos da brilhantina (1978), filme que aborda a vida amorosa de dois adolescentes, com o visual: calça justa mais cinto marcando a cintura mais blusa preta com decote princesa e tamancos, sucesso em qualquer época e sendo revisitado pela cantora Fergie (2010) que abusou de elementos que se remete ao figurino de Olivia na trama.

Figura 06 - Olivia Newton-John e Fergie.



FONTE: <http://trabajoestructuras2010.wordpress.com/cine/>

DESIGNERS DE MODA QUE CRIARAM FIGURINOS PARA FILME

A seguir serão apresentados brevemente alguns estilistas que realizaram figurinos para filmes, para que assim, possamos verificar e compreender como essa junção é algo de suma e relente significação.

11

Quadro 01 – Estilistas que fizeram figurinos para filmes

ESTILISTA	FILME	PRODUÇÃO	ANO
Coco Chanel	A Regra do Jogo	Jean Renoir	1939
	Ano passado em Marienbad	Alain Resnais	1961
Christian Dior	Pavor nos Bastidores	Alfred Hitchcock	1950
	Quando a mulher erra	Vittorio De Sica	1953
Ralph Lauren	O Grande Gatsby	Jack Clayton	1974
	Noivo Neurótico, Noiva Nervosa	Woody Allen	1977
Hubert de Givenchy	Sabrina	Billy Wilder	1954
	Cinderela em Paris	Stanley Donen	1957
	Amor na tarde	Billy Wilder	1957
	Bom dia tristeza	Otto Preminger	1958
	Bonequinha de luxo	Blake Edwards	1961
	Charada	Stanley Donen	1963
	Quando paris alucina	Richard Quine	1964
	Como roubar um milhão de dólares	William Wyler	1966

Yves Saint Laurent	A pantera cor de rosa	Blake Edwards	1964
	A bela da tarde	LuisBuñel	1967
	Fome de viver	Tony Scott	1983
	Linda de mais para você	Bertrand Blier	1989
Yohji Yamamoto	Brother	TakeshiKitani	2000
	Dolls	TakeshiKitani	2002
	Zatoichi	TakeshiKitani	2003
Giorgio Armani	Gigolô Americano	Paul Schrader	1980
	Ruas de Fogo	Walter Hill	1984
	Os Intocáveis	Brian de Palma	1987
	Prêt-a-Porter	Robert Altman	1994
	As duas faces de um crime	Gregory Hoblit	1995
	Beleza Roubada	Bernado Bertolucci	1996
	Shaft	John Singleton	2000
Jean Paul Gaultier	O cozinheiro, o ladrão, sua mulher e o amante	Peter Greenaway	1989
	Kika	Pedro Almodóvar	2004
	A má Educação	Pedro Almodóvar	2004
	Prêt-a-Porter (Parceira com Armani)	Robert Altman	1994
	Ladrão dos sonhos	Jean Pierre Jeunet	1995
	O Quinto Elemento	Luc Besson	1997
Clodovil Hernandes	O Corpo Ardente	Walter Hugo Khouri	1967
Ocimar Versolato	Tieta do Agreste	Cacá Diegues	1996
Lino Vilaventura	Xuxa e os Duendes	Rogério Gomes e Sérgio de Almeida	2001

FONTE: <http://oresumodamoda.blogspot.com.br/2011/05/moda-e-o-cinema-figurinos-criados-por.html>

TENDÊNCIAS LANÇADAS PELO CINEMA: UMA BREVE VIAGEM

A união do cinema com a moda fez com que os designers de moda se baseassem nas obras cinematográficas para elaboração de suas coleções. Conforme abordado nos capítulos anteriores o cinema foi e é um grande divulgador de moda e lançador de tendências⁴. A roupa, os acessórios e os pertences usados pelas estrelas do cinema sempre foram objetos de desejo de uma grande parcela da sociedade.

Os meios de comunicação são, de fato, uma grande influência sobre a moda. Não apenas com o que é exibido nas telas, mas também tornando as celebridades ícones da moda. A união de estilistas e marcas com os meios de comunicação é fundamental para o sucesso de qualquer tendência. (STEFANI, 2005, P.72).

O que a maioria das atrizes/atores vestia no cinema, acabavam nas vitrines das lojas e nas passarelas das ruas e, “não é somente o modo de vestir que se era copiado, a maquiagem, a tintura e o corte de cabelo e até a postura” (LIPOVETSKY, 1989 p.68). Através da mídia que os produtos são apresentados ao público, é um jogo de persuasão onde tudo é bonito e fácil de conquistar, conforme Kátia Nazzari (2011):

A ação da mídia não ocorre de forma isolada, mas agrega-se a outras práticas socializadoras. As pesquisas em geral destacam o papel da mídia na inculcação de valores culturais, estéticos e políticos condizentes com os valores capitalistas e a tendência de transformar tudo em mercadoria. (NAZZARI, Rosana Kátia. 2006. p. 101)

Com isso os designers de moda começaram a criar coleções que aguçassem o interesse de determinados grupos em possuir objetos dos filmes.

A moda, interagindo com numerosos outros campos culturais, proporciona aos indivíduos e aos grupos os sinais para que eles construam sua identidade, que então, não é mais unicamente estatutária, mas também estilística, não é mais somente vertical, hierárquica, mas também horizontal, ou seja, não hierárquica (GODART, 2010, p.34/35).

A seguir tomemos a reflexão de algumas imagens de filmes e como essa inspiração foi passada para o universo da moda para que possamos compreender melhor a correlação, entre cinema e moda.

Iniciaremos essa análise com o filme *Alice no País das Maravilhas* (*Alice in Wonderland*), filme dirigido por Tim Burton lançado em 2010.

Figura 07 – Cartaz do filme *Alice no País das Maravilhas*.

⁴ É o ato de optar por algo, uma escolha entre várias alternativas, ou; uma vontade natural irrefletida no subconsciente, que se transforma em um comportamento com ou sem a devida consciência do indivíduo.



FONTE: <http://renatolalonge.wordpress.com/2010/04/24/alice-de-tim-burton-no-pais-das-maravilhas/>

Tendo em vista que foram criados diversos produtos inspirados no universo do filme como podemos observar na figura 08 como reflexão e análise que o universo da moda está intimamente ligado ao que se passa nas telas dos cinemas, uma vez que um agrega valor um para o outro. No longa Alice no País das Maravilhas foram criados diversos produtos com a finalidade de divulgação do filme e também para a própria venda, despertando assim o desejo dos espectadores em possuir objetos do universo da filmagem.

14

Figura 08 – Produtos inspirados no filme Alice no País das Maravilhas diversas marcas.



FONTE: <http://blogs.bolsademulher.com/FrancinePiaia/2010/05/21/alice-no-pais-das-maravilhas-moda/>

No ramo da beleza (cosméticos) a estilista Vivienne Westwood lançou um perfume voltado à personagem principal com o nome: *Naughty Alice* – Figura 09. Outro estilista impulsionado pelo filme foi Christian Louboutin, cuja campanha de sapatos foi

inspirada em contos de fada, entre os quais o longa Alice no País das Maravilhas estava citado através do uso de imagens – Figura 10. A marca Swarovski também aderiu ao filme, criando jóias com o tema – Figura 11.

Figura 09 - Perfume: *Naughty Alice* – Vivienne Westwood.



FONTE: <http://www.viviennewestwood.co.uk/shop/fragrance/naughty-alice-eau-de-parfum-9225/>

Figura 10 – Campanha conto de fadas Christian Louboutin – Alice nos País das Maravilhas.



FONTE: <http://rollingstone.uol.com.br/galeria/louboutin-lanca-campanha-inspirada-em-contos-de-fadas/#imagem1>

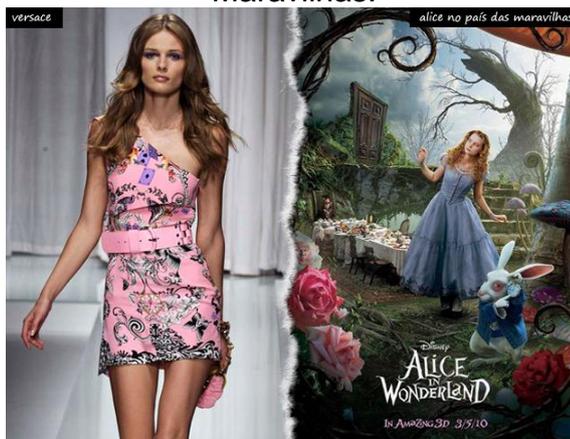
Figura 11 – Jóias da marca Swarovski inspiradas no filme Alice no País das Maravilhas.



FONTE: <http://blogs.estadao.com.br/moda/2010/02/05/swarovski-conta-historia-de-alice-em-joias/>

A casa de criação que também buscou inspiração no filme foi a Versace aonde em sua coleção de verão 2010, buscou no universo mágico de Alice onde as peças foram traduzidas em cores fortes, estampas geométricas, couro perfurado e plástico estampado como tecido para casacos e trench-coats. Saias curtíssimas para o dia também marcaram presença, conforme podemos verificar nas imagens a seguir.

Figura 12 – Desfile Versace e Cartaz de divulgação filme Alice no País das Maravilhas.



FONTE: <http://elle.abril.com.br/desfiles/milao/milao-verao-2010/versace-verao-2010-milao#image=4f40d9c2b6a4431b65000229>

Figura 13 – Desfile Verão Versace, verão 2010.



FONTE: <http://elle.abril.com.br/desfiles/milao/milao-verao-2010/versace-verao-2010-milao#image=4f40d9c2b6a4431b65000229>

Buscando inspiração no filme Minha Bela Dama (*My Fair Lady*, 1964) do diretor George Cukor, longa que conta a história de aposta de dois senhores em tornar uma vendedora de flores em uma perfeita dama da sociedade, temos o estilista Ralph Lauren, esbanjando todo o glamour do longa na comemoração de 40 anos da *griffe* na semana de moda de Nova York no ano de 2007.

17

Figura 14 – Desfile Ralph Lauren e figurino do filme minha Bela Dama.



FONTE: <http://www.pensomoda.com/bases/bases3.php?id=472>

Figura 15 – Desfile da Ralph Lauren – Comemoração 40 anos da *griffe*.



FONTE: <http://www.pensomoda.com/bases/bases3.php?ld=472>

A Rodart vem apresentando sua coleção inspirada no filme *Cinzas no Paraíso* (*Days of Heaven* – 1978), dirigido pelo diretor Terrence Malick. As estilistas buscaram em sua coleção outono/inverno 2012 trazer cortes flutuantes, artísticos e românticos: mantô de viagem, cortes geométricos, estampas bucólicas, mas principalmente o azul, cor mais explorada pela marca nessa coleção. Todo o universo da filmagem e bem abordada no desfile.

18

Figura 16 – Desfile Rodart e Cartaz de divulgação do filme.



FONTE: <http://ffw.com.br/noticias/author/camilayahn/page/9/>

Figura 17 – Desfile Rodart, Outono/Inverno 2012.



FONTE: <http://ffw.com.br/noticias/author/camilayahn/page/9/>

Outro filme que teve grande repercussão no âmbito da moda e que como podemos citar a seguir gerou um grande manifesto de coleções foi *Cisne Negro* (2010), do diretor Darren Aronofsky, ponderaremos que esta narrativa influenciou diversos desfiles.

Figura 18 – Cartaz do filme *Cisne Negro*.



FONTE: <http://omelete.uol.com.br/cinema/cisne-negro-natalie-portman-estampa-o-cartaz-do-filme-de-aronofsky/>

Após o lançamento do filme no ano seguinte (2011), diversas casas de costuras, colocaram nas passarelas coleções inspirados no *Ballet*, um dos temas principal da obra *Cisne Negro*. Podemos verificar uma série de desfiles de marcas conceituadas que abordaram esse universo.

Figura 19 – Desfile da Chanel verão 2011/12



FONTE: <http://gnt.globo.com/moda/desfiles/chanelverão2012/cisnenegro>

Figura 20 - Desfile Chloé Semana de Moda Paris / 7 Março 2011



FONTE: <http://gnt.globo.com/moda/desfiles/chloe/cisnenegro>

20

No Brasil também tivemos essa influência do filme para apresentações de coleções nacionais. Pôde ser percebida no desfile da Maria Bonita Extra, esta marca também trouxe elementos deste segmento.

Figura 21 - Desfile Maria Bonita Extra Fashion Rio



FONTE: <http://gnt.globo.com/moda/desfiles/mariabonita/cisnenegro>

Falando ainda sobre Brasil temos a grade influência do filme Gata em teto de zinco quente (*Cat on a Hot Tin Roof* – 1958) dirigido por Richard Brooks, onde o estilista Reinaldo Lourenço buscou de forma representar em sua coleção nos desfiles da São Paulo Fashion Week - Verão 2012, o universo do filme expressado elementos da filmagem e fazendo uma releitura da trama.

Figura 22 - Desfile Reinaldo Lourenço e Cena do filme Gata em teto de zinco quente.



FONTE: <http://clubvipdalulusinha.blogspot.com.br/2012/01/desfile-reinaldo-lourenco-sao-paulo.html>

Figura 23 – Desfile Reinaldo Lourenço Verão 2012.



FONTE: <http://clubvipdalulusinha.blogspot.com.br/2012/01/desfile-reinaldo-lourenco-sao-paulo.html>

Alexander McQueen buscou sua inspiração para elaboração de umas das suas magníficas obras no filme a Noite dos desesperados (*They Shoot Horses, Don't They?*, 1969), o filme aborda uma desumana maratona de dança que premiava o casal que resistisse por mais tempo na pista, mesmo que isso representasse a morte para o vencedor. Neste desfile até mesmo o modo de se andar na passarela foi copiado da trama, onde em plena exaustão os competidores acabam-se por se arrastar pela pista de dança.

24 – Cenas do Filme *They Shoot Horses, Don't They?*



FONTE: <http://cinegnose.blogspot.com.br/2013/01/a-noite-dos-desesperados-em-um-mundo.html>

25 – Cena da corrida do filme *They Shoot Horses, Don't They?*.



FONTE: <http://cinegnose.blogspot.com.br/2013/01/a-noite-dos-desesperados-em-um-mundo.html>

22

Figura 26 – Desfile Primavera/Verão 2004 – Alexander McQueen.



FONTE: <http://arteculturamoda.blogspot.com.br/2010/09/noite-dos-desesperados.html>

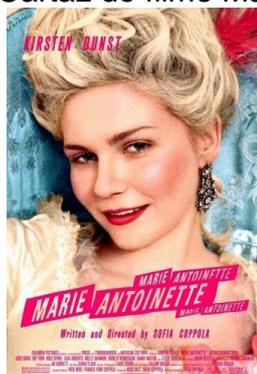
Figura 27 – Desfile Primavera/Verão 2004 – Alexander McQueen.



FONTE: <http://artfashionandhim.wordpress.com/2011/02/11/alexander-mcqueen-remembered-an-ode-and-memori-am-for-the-artist/>

Um dos grandes clássicos do cinema *Maria Antonieta* (2006), filme de Sofia Coppola com Kirsten Dunst, Jason Schwartzman. A princesa austríaca *Maria Antonieta* esbanjou muito luxo, glamour e beleza.

Figura 28 – Cartaz do filme *Maria Antonieta*



. FONTE: <http://www.cineplayers.com/filme/maria-antonieta/2269>

O filme inspirou a cartela de cores que seriam usadas na rua, e deu uma nova cara para o rosa, com tons mais claros e combinações entre si.

Figura 29 – Comparação entre filme e inspiração das ruas.



FONTE: Banco de imagens do Google

Verificamos que o mesmo rosa usado pela realeza do filme, foi atribuído aos *look's*⁵ de pessoas comuns nas ruas, tendo assim se percebido uma influência no modo de se vestir.

A atriz Drew Barrymore se inspirou na personagem do filme Batman, a sedutora e vilã, *Harley Quinn*, inimiga de Batman e namorada do insano Curinga. Apostando no preto e vermelho a atriz esbanjou sensualidade ao desfilarem pelas ruas de nova York.

24

Figura 30 – Drew Barrymore/Harley Quinn



FONTE: Banco de imagens Google

Diante das imagens expostas acima, podemos verificar que os filmes influenciam a moda de uma forma bem significativa. De acordo com Castilho o poder concedido à moda fez com a mesma se firmasse no mercado e nos meios de comunicação “[...] o poder conquistado pela moda ou aquele que lhe foi sendo atribuído por diversos segmentos sociais fez com que ela se firmasse em vários veículos de comunicação”. (CASTILHO; MARTINS, 2005, p.19).

⁵ S.m. (pal. ing.) Estilo, característica em se tratando de moda.

Esse veículo de comunicação por sua vez, além de ser de grande valor para divulgação, também acabam por influenciar o modo de se vestir e se portar de algumas pessoas, fazendo com que as mesmas busquem sua forma de identificação, como irão se apresentar, perante a sociedade baseando-se nas obras.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Além de ser um refúgio de entretenimento, o cinema é uma constante referência no campo artístico, principalmente na área da moda, como registro ou como inspiração. Juntos o cinema e a moda simbolizam épocas, mudanças, fontes históricas e servem de alento um para o outro.

A moda atualmente é bem notória, ela vem crescendo e diversificando cada vez mais seus segmentos, tornando-se assim cada vez mais imponente. Cada vez mais a moda está inserida na sociedade, assim se percebe um alto consumismo, com isso os criadores de moda utilizaram de maneiras mercadológicas para explorarem essa necessidade e tendo em vista que vivemos num mundo contemporâneo que “se alimenta” do consumo, pois nosso tempo é marcado pelos signos que importamos e os valores que damos a cada um deles. A moda se apresenta como um grande complexo cultural, econômico e artístico na sociedade.

Desta forma, o cinema tornou-se um forte aliado, atualmente como um difusor de tendências no âmbito de artigos de moda, pois ambos possuem intensa relação. O trabalho possibilitou a observação da importância das obras fílmicas, e de como a indústria cinematográfica vem ganhando força, disseminando assim conceitos e tendências que serviram de apoio para alguns Designers de moda para elaborarem suas obras e também para que os indivíduos da sociedade acabem por se adornar de acordo com os personagens das tramas, interferindo assim na sua identidade: pois a roupa é uma espécie de “radiografia” do indivíduo, onde iremos ponderar nossas primeiras considerações sobre a pessoa.

O trabalho teve por objetivo verificar e mostrar, usando como referências a análise de alguns filmes para demonstrar como essa aliança entre moda e cinema é feita e vem crescendo e gerando recursos para criar produtos, artigos de vestuários entre outros.

Diante disso pode-se perceber que no âmbito cinema e moda, um contribui para o sucesso do outro, sendo assim fortes aliados. E em relação ao processo de identidade dos indivíduos da sociedade podemos destacar que desde o surgimento das super grandes produções os indivíduos vem se emoldurando de acordo com as “estrelas” das telas para se sentirem melhores com sigos mesmos ou perante o grupo que está inserido, com isso e gerado um grande aumento do consumo pelos artigos de moda, pois todos estão em busco dos seus ‘Eus’ perfeitos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERNARDET, Jean-Claude. **O que é cinema**. São Paulo, SP: Brasiliense, 1996.

CALANCA, Daniela. **História social da moda**. São Paulo, SP: SENAC São Paulo, 2008.

CARNEIRO, Marília. **No camarim das oito**. Rio de Janeiro: Aeroplano e Senac Rio, 2003.

COSTA, Antonio. **Compreender o Cinema**. 2. ed. São Paulo, SP: Globo, 1989.

GHISLERI, Janice: Como entender a importância do figurino no espetáculo, 2005. Disponível em: <http://artes.com/sys/sections.php?op=view&artid=15&npage=3>. Acessado em 4/8/2013

GODART, Frédéric. **Sociologia da Moda**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010.

LEITE, Adriana; GUERRA, Lisette. **Figurino**: uma experiência na televisão. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.

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

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

NAZZARI, Rosana Kátia. **Empoderamento da juventude no Brasil: capital social, família, escola e mídia**. Cascavel: Ed. Coluna do Saber, 2006

PALLOTINI, Renata. **Dramaturgia**: construção do personagem. São Paulo: Editora Ática, 1989.

STEFANI, Patrícia da Silva. **Moda e Comunicação: A indumentária como forma de expressão**. 90 páginas. Trabalho de conclusão de curso (Monografia) – Universidade Federal de Juiz de Fora, UFJF, FACOM, 2005.

TRIVIÑOS, A. N. S. *Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação*. São Paulo: Atlas, 1987.