A NARRATIVA DA MARCA DIOR NA CINEMATOGRAFIA DAS DÉCADAS DE 1950 E 1960[1]

Isaac Matheus Santos Batista[2]
Amilcar Almeida Bezerra[3]

RESUMO

O presente trabalho apresenta os resultados obtidos por meio de uma pesquisa de iniciação científica promovida pelo programa PIBIC do CNPq. Criada na França durante o pós Segunda Guerra Mundial, a marca de moda Dior é até hoje considerada uma das principais referências do consumo de luxo no mundo. Por meio de um estudo analítico, o qual encontra bases na semiótica de matriz barthesiana (PENN, 2002), pretendemos mostrar de que modo o Cinema contribuiu para a construção da imagem da marca Dior e como a marca, por outro lado, serviu como suporte para a consagração de atrizes e filmes ao longo dos anos 1950 e 1960. Entendemos, então, que o Cinema deu uma importante contribuição à simbologia que hoje gravita em torno da marca Dior, ao sintetizar elementos da modernidade e do luxo tradicional num novo modelo de feminilidade que se consagrou na segunda metade do século XX. Compreendemos ainda que o diálogo entre Dior e o Cinema, especialmente nos primeiros 20 anos de existência da Maison, foi relevante tanto para a consagração de valores associados à marca quanto para a mitificação de atrizes que vestiram criações dessa Maison nos filmes.

Palavras-chave: Dior. Cinema. Narrativa de marca. Consumo de moda.

1. INTRODUÇÃO

Segundo Cardoso (2008), ao final da Segunda Guerra Mundial, em 1945, as combalidas economias europeias recebem ajuda maciça dos Estados Unidos para se recuperarem. Naquele país, em pleno crescimento econômico, a prosperidade nacional viria a ser garantida por meio de uma cultura do descarte e do consumo constante. Desta forma, esse

---

1 Trabalho inscrito para o GT Comunicação e Consumo, do VII Encontro de Pesquisa em Comunicação – ENPECOM.

2 Graduando; Universidade Federal de Pernambuco (UFPE); isaacmsbatista@gmail.com; aluno pesquisador pelo programa PIBIC do CNPQ.

3 Doutor em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense (UFF); professor do Núcleo de Design do Centro Acadêmico do Agreste (CAA) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE); amilcarbz@hotmail.com.

estilo de vida consumista acabou se expandindo pelo ocidente, dominando também a Europa a partir deste período.

Por outro lado, as mulheres que durante o combate ocuparam os postos de trabalho deixados pelos maridos, ou contribuíram com os esforços de guerra muitas vezes como enfermeiras, retornavam às suas casas como mães e donas-de-casa em tempo integral.

Nesse contexto sócio-histórico, de mudanças, Christian Dior lança sua primeira coleção de alta costura, em fevereiro de 1947, a qual trazia uma estética de moda apelidada pela imprensa como New Look. (MENDES, 2009)

Essa estética rompia com a moda imposta nos tempos da guerra. Os vestidos de Dior acabavam com a praticidade, ao exigir o uso de espartilho, o que impedia alguns movimentos da usuária, trazendo uma volta à feminilidade delicada e solicitando da mulher o ajustamento do seu corpo à roupa.

Enquanto as saias eram feitas, durante a guerra, com alguns centímetros de fazenda, o New Look exigia algo em torno de vinte metros, podendo chegar até à oitenta metros de tecidos luxuosos, que haviam estado em restrição, como seda, musselina, lã, tafetá e casimira. (POLLINI, 2007)

A maison Dior chegou a dominar 75% de todas as exportações de alta-costura do mercado francês poucos meses depois do primeiro desfile, sendo, também, a primeira a trabalhar com contratos de licença, o que fez com que peças sob o nome Dior fossem espalhadas por mais de 87 países. (SINCLAIR, 2012)

Aquelas criações, que renovavam uma estética de moda semelhante àquelas das cortes do Antigo Regime e da Belle Époque, relacionadas ao luxo e à submissão feminina, supriam uma necessidade emergencial por novos modelos de feminilidade que se ajustassem às mudanças que passaram a ocorrer, depois da guerra, no comportamento social, devido à volta das mulheres à sua posição de submissão e "ócio" no lar e ao comportamento consumista que floresce no período. (BAUDOT, 1999)

Logo em seu início, marca soube aproveitar o poder dos meios de comunicação de massa, ao aparecer fortemente em mídias impressas e audiovisuais da época, fator que pode estar ligado à rápida disseminação de sua estética. Na maioria das vezes, suas criações não eram especialmente criadas para o cinema, tratavam-se de looks de coleções previamente apresentadas, os quais eram adaptados às atrizes, e escolhidos conforme as necessidades das cenas. (SINCLAIR, 2012)

Sabendo disso, procura-se entender a relação da marca Dior com o cinema dos anos 1950 e 1960, que foram primordiais para a construção da identidade da companhia, a partir dos

filmes listados abaixo que apresentam atrizes consideradas símbolos sexuais de beleza de suas épocas, com papéis principais e vestindo roupas da Maison Dior. Para isso, nos propomos a estudar a narrativa dos filmes e das personagens para entender melhor o imaginário disseminado pelo cinema a respeito da marca Dior. (HANOVER, 2012)

Tabela 1. Relação de filmes e respectivas atrizes a serem analisados

Filme	Ano	Atriz
Stage Fright	1950	Marlene Dietrich
No Highway in the Sky	1951	Marlene Dietrich
The Grass is Greener	1960	Jean Simmons
Arabesque	1966	Sophia Loren
The Bear and the Doll	1970	Brigitte Bardot

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O trabalho se dá a partir do entendimento de que cada um dos elementos que constam nas cenas de um filme é importante, no sentido de servirem como símbolos que, dependendo do arranjo de suas composições e do repertório simbólico dos observadores, ajudarão ou não no entendimento da trama. (COSTA, 2002)

Um importante elemento nesse conjunto de interferências simbólicas é o figurino, pois coopera na percepção da relação tempo/espaço e personalidade do personagem que o veste. O figurino entra em sintonia com o restante dos componentes das cenas de modo a compor um conjunto de referências simbólicas a subsidiar a narrativa fílmica.

A persona, ou rosto público das celebridades, se organiza através da produção que cria a aparência e as aparições das estrelas, e por meio da assimilação e possível modificação daquela representação pelos meios de comunicação e pelo público. A persona influencia a construção das identidades dos personagens, por meio de um processo que vise torná-las semelhantes ou dissimilares. (ROJEK, 2008. SAVINO, 2014)

Diante disso, se percebe uma relação íntima entre a narrativa do filme, a celebridade/personagem e os demais elementos na cena, incluindo o figurino, a qual se dá através das trocas simbólicas entre eles.

Visto que a produção cinematográfica demanda a mobilização de grande volume de recursos para sua criação, é comum que seja comercializada de forma massiva, de modo a gerar o máximo de lucro. Isso faz com que o mundo simbólico apresentado no cinema, por vezes, passe a fazer parte do mundo real das pessoas, quando estas adotam comportamentos, assimilam idéias e adquirem objetos disseminados por esse meio. Isso torna o cinema alvo de várias empresas que buscam propagar suas marcas e produtos de maneira muito abrangente, visando transmitir ao grande público valores simbólicos associados a suas mercadorias. (MORIN, 1997)

3. METODOLOGIA

Identificamos cinco filmes, entre as décadas de 1950 e 1960, com os quais a marca Dior associou-se para vestir as atrizes principais, e, a partir disso, fez-se um levantamento do contexto socio-historico do lançamento de cada filme, assim como analisou-se a imagem pública construída em torno das atrizes e a evolução das estéticas de moda lançadas pela Maison Dior e recorrentes nas cenas analisadas.

Analisou-se todas as cenas onde a atriz principal usou roupas Dior, portanto as cenas aqui apresentadas se constituem em uma amostra de um todo mais amplo. Para o estudo das cenas, utilizou-se o método de análise semiótica para imagens paradas (PENN, 2002), segundo o qual devemos nos dedicar primeiramente a descrever os elementos que constituem o material da análise, para só então inferir conotações a partir daqueles elementos cotejados com os significados que estruturam a narrativa e com os diversos contextos históricos e culturais que permeiam a obra.

Para a análise do vestuário, foram utilizados os critérios de análise definidos por Maciel e Miranda (2009), ao dissecarmos o figurino de acordo com a forma, cor, material, composição da roupa e gestual do usuário.

Por fim, empregou-se as ferramentas de análise fílmica (JULLIER, MARIE, 2012), ao observar questões referentes aos planos e movimentos de câmera, luzes e cores, combinações audiovisuais, cenário e a própria história que é contada na cena.

4. ANÁLISES DAS CENAS

4.1. STAGE FRIGHT - 1950 - MARLENE DIETRICH

Stage Fright conta a história de Eve (Jane Wyman), uma atriz iniciante que decide ajudar Jonathan (Richard Todd), um jovem suspeito de matar o marido de Charlotte (Marlene Dietrich), uma afamada atriz que é sua amante, a qual Eve tenta provar ser a criminosa. Charlotte é a mandante do crime realizado por Jonathan que o fez por estar cego de amor.

A já consagrada persona de Dietrich contribuiu para a elaboração da identidade de Charlotte, pois reitera sentidos associados à persona da atriz. O Anjo Azul (1930) foi o primeiro filme a estereotipá-la como sex symbol à moda das femmes fatales, projetando-a mundialmente. A partir de então, a imagem de Dietrich se consolidou como representação de um poder de sedução feminino que hipnotiza e leva à perdição os homens que por ela se apaixonam. (SAVINO, 2014)

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 freqüente nos anos pós Segunda Guerra Mundial. (HANOVER, 2012)

4.1.1. Análise da cena: Charlotte se apresenta no teatro. 51min45s – 56min56s

Eve está nos bastidores de um teatro organizando os pertences de Charlotte. 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.

No palco, Charlotte desce uma escada com colunas neoclássicas nas laterais, enquanto estende suas mãos para rapazes em fraque, traje de gala. Seu vestido tem decote tomara-que-caia, cintura marcada e saia ampla, expressa luxo e delicadeza. Bordado em madre-pérola, material caro, percebemos que ela faz parte da alta-sociedade.

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. Tais simbologias são evocadas na cena a partir da utilização de elementos semelhantes, os quais interagem com Charlotte. (GOMBRICH, 2012)

FIGURA 01 – CENA DO FILME STAGE FRIGHT (1950
FONTE: ARQUIVO PESSOAL

A imagem da mulher cortejada por cavalheiros também reflete uma simbologia associada à nobreza. Um exemplo é este desenho 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 dignatários 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 02 – CHEGADA DE MARIA ANTONIETA À FRANÇA
FONTE: (WEBER, 2008, P. 164)

Charlotte troca de roupa e volta ao palco. Deita-se sobre divãs enquanto canta sobre sua falta de necessidade de trabalhar e esnobação para com os amantes.

Usa um négligée com plumas, que conota ócio, sobre um vestido de cintura marcada que reforça o sentido da inatividade, ao remeter aos espartilhos que impedem movimentos necessários para trabalhos manuais. Colar de diamantes e vestido de musselina expressam luxo e sofisticação.

FIGURA 03 - CENA DO FILME STAGE FRIGHT (1950)
FONTE: ARQUIVO PESSOAL

O ócio, tão presente na vida cortês, surge na letra da 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

[4] Música Laziest Girl In Town, escrita por Cole Porter e lançada em 1927: "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 todo o esforço / Então eu lhes digo: não é que eu não faria / Não é que eu não deva / Deus 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 / Embora eu esteja mais do que disposta a aprender / Como essas garotas obtêm dinheiro para torrar / Todas as propostas eu recuso / Recuso mesmo" (SHERRIN, 2008, tradução nossa)

preocupar com os imperativos burgueses do tempo e cujo estilo de vida foi mitificado no mundo ocidental como sinônimo de poder e elegância (GOMBRICH, 2002).

4.2. NO HIGHWAY IN THE SKY - 1951 - MARLENE DIETRICH

Theodore Honey (James Stewart), um engenheiro aeronáutico, desconfia que o avião em que está tem grande probabilidade de cair. Ele decide avisar à Monica Teasdale (Marlene Dietrich), uma famosa estrela do cinema de Hollywood, que se acomode em uma parte específica do avião, a qual poderia salvá-la quando ocorresse o acidente. O avião não cai e, depois do pouso, Monica, juntamente com a aeromoça Marjorie (Glynis Johns), tenta livrar Theodore da prisão quando ele quebra o avião para que não pudesse voar e, segundo sua teoria, vir a cair.

Nesse filme, o reconhecimento mundial de Dietrich como uma grande celebridade cinematográfica contribuiu para a construção de uma atmosfera mais real na trama. Seu papel de uma glamorosa atriz do cinema está associado à sua própria imagem pública, como se Marlene interpretasse a si própria. "No filme [...] Marlene basicamente interpreta ela mesma. 'Você não tem idéia de como é viver um personagem parecido com você', ela disse. 'Você fica sem poder se apoiar em mais ninguém'" (CHANDLER, 2011, tradução nossa)

4.2.1. Análise da cena: Monica visita a casa de Theodore. 01h20min16s – 01h24min16s

Monica Teasdale vai à casa de Theodore entregar um presente à sua filha. Ela vai à cozinha onde fica admirada, pois vê que Marjorie está ajudando Theodore ao fazer os serviços domésticos.

Marjorie conversa com Monica enquanto passa roupas sobre um balcão. Ela usa um vestido de altura até a metade da panturrilha, sobre o qual há um avental, o que conota trabalho manual e submissão, o seu tecido, algodão, demonstra ela não tem grande poder aquisitivo. Sobre a composição, há um cardigã, o qual remete à simplicidade e praticidade, visto que surgiu como uma rejeição à estética de moda restritiva da Belle Époque, inspirado em trajes esportivos (MENDES, 2009). O colarinho fechado de seu vestido expressa humildade, recato. Sobre sua cabeça há um chapéu de enfermeira, o que traz à mente os serviços de enfermaria que as mulheres de classe mais alta ofereceram durante a Segunda Guerra Mundial (VEILLON, 2004), de modo que a marca Dior constrói sua imagem na cena a partir de uma contraposição à imagem da mulher de guerra. A composição está totalmente em tons claros, os quais se confundem com

os tons da cozinha em que está, adensando os sentidos de domesticidade, labor e austeridade à roupa.

Monica, por sua vez, enverga um vestido cuja cintura é bastante marcada, o que remete à espartilhos, mostrando que ela não necessita fazer trabalhos pesados, visto que eles impedem alguns movimentos do corpo, o que constrói um sentido de ócio e delicadeza. A saia do seu vestido é rodada, excessiva em tecido, transmitindo ostentação. Ao entrar, ela retira dos ombros um manto feito de pele de vison, material muito caro e símbolo de luxo e glamour femininos, sentidos que são reforçados pelos brincos e o colar de diamantes que utiliza. Ela desfruta uma xícara de café enquanto conversa com Majorie e posteriormente acende um cigarro, atitude considerada sofisticada na época em que o filme foi filmado.

A cor escura da composição do vestuário de Monica a coloca numa posição de poder superior a Marjorie, a qual é confirmada pelo destino das duas. Enquanto Marjorie decide ficar com Theodore e servir como dona-de-casa, Monica afirma que vai à Hollywood continuar com suas filmagens, o que reforça a noção de glamour e superioridade social.

Percebe-se, também, que Monica representa a imagem da Europa, visto que é inglesa. Seus atributos, construídos com a ajuda da marca Dior, são importados pelos filmes de Hollywood, que representam a América. Tal fato faz uma acepção a relação entre a Maison Dior, que é francesa, européia, e os Estados Unidos, um dos principais países ao qual a marca exportava seus produtos. (SINCLAIR, 2012)

FIGURA 04 - CENA DO FILME NO HIGHWAY IN THE SKY (1951)
FONTE: ARQUIVO PESSOAL

4.3. THE GRASS IS GREENER - 1960 - JEAN SIMMONS

Falidos financeiramente, o conde inglês Victor (Cary Grant) e a sua esposa, a condessa Hillary (Deborah Kerr) disponibilizam a sua mansão para visita do público por meio da cobrança de uma taxa de entrada. Um estadunidense milionário do petróleo, Charles (Robert Mitchum), entra nos aposentos reservados da casa e conhece Hillary, os dois acabam se apaixonando e ela embarca num caso de adultério.

Par ajudar a resolver o problema da traição, Hattie (Jean Simmons) vai à casa de Victor, o que dá início à uma espécie de "quadrado amoroso".

A persona de Simmons era bastante ligada ao filme Hamlet (1948), no qual interpreta a filha de um imperador, ou seja, uma aristocrata; como também era associada a produção cinematográfica Great Expetations (1946), onde viveu uma linda, porém perversa mulher. Isso gerou dúvidas em Hollywood, com relação as representações que ela iria fazer em seus demais trabalhos, o que desembocou em vários papéis onde interpretou nobres e/ou tradicionais e, em outros, figuras como as femme fatales[5]. A sua imagem de uma nobre e tradicional mulher contribuiu para a construção da personagem Hattie, visto que interpreta uma rica londrina, cidade que faz parte de um país com um grande legado aristocrático, e ex-namorada do conde Victor.

4.3.1. Análise das cenas: Hattie chega à mansão do casal de condes. 42min22s – 51min20s

Hattie enverga um vestido, o qual tem os ombros estreitos, a cintura marcada e a saia bufante, tal composição remete ao formato de uma flor de ponta-cabeça, o que expressa delicadeza, romantismo. Ela usa luvas o que transmite sofisticação, elegância.

Sobre o vestido há um casaco muito largo, o que favorece maiores movimentos, além de tirar um pouco da forma contornada do seu corpo conotando liberdade, demonstrando que Hattie é uma mulher em busca da emancipação feminina. Tal fato é confirmado através de sua fala, pois ela leva o adultério cometido por Hillary como algo cômico, informa ser divorciada,

---

[5] TELEGRAPH. Jean Simmons. Disponível em <http://www.telegraph.co.uk/news/obituaries/culture-obituaries/filmobituaries/7061131/Jean-Simmons.htm.>Acessado em 01.06.2015.

e diz que "não há honra, quando há sexo", o que mostra uma mescla de seus valores tradicionais e daqueles considerados modernos para a época de gravação do filme, visto que os anos 1960 é considerado uma década de liberação feminina e cultura juvenil. (BAUDOT, 1999)

A cor do vestido, por ser uma cor quente, laranja, destaca-se da cor fria do cenário, azul, e demonstra fulgor, jovialidade, fatores que são reforçados pelo modo como a personagem age na cena, com bastante descontração, pois retira algumas de suas roupas, deixando-as espalhadas pelo local, segura um copo com a boca, e põe os pés sobre o sofá.

FIGURA 05 - CENA DO FILMES THE GRASS IS GREENER (1960)
FONTE: ARQUIVO PESSOAL

O cenário é a sala de uma mansão neoclássica, a qual é mundialmente conhecida como o palácio dos palácios[6]. Segundo Gombrich (2012), a arquitetura neoclássica se tornou o estilo do império Napoleônico, por volta dos séculos XVIII e XIX, império o qual é considerado o mais luxuoso depois do Antigo Regime, inclusive resgatando muitos valores da corte de Versalhes, como o excesso nas roupas, a realização de festas e bailes e imposição de normas de etiqueta (DEBOM, 2011). A utilização dessa mansão como background da cena evoca símbolos que constroem uma imagem de nobreza em torno dos personagens.

[6] 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/>. Acessado em 02.08.2015.

4.3.2. Análise das cenas: despedida. 1h41min59s – 1h44min59s

Hillary é presenteada por Charles com um casaco de vison. Ele é tido como objeto de luxo e desejo para as duas protagonistas, o que causa uma disputa entre elas para decidir quem ficará com o vestuário. Ele é símbolo do relacionamento de Hillary com Charles. No momento que ela decide terminar seu caso com ele, essa peça de roupa é devolvida. Rejeitar o casaco é rejeitar uma vida mais livre, e se prender aos antigos valores da maternidade, do casamento, da fidelidade, valores que vão ser tidos como ultrapassados 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".

Logo após isso, o casaco, e seu sentido de transgressão, é posto sobre Hattie que, como num passe de mágica, parece atrair a atenção de Charles. 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 vestindo o casaco de vison. Enquanto os condes permanecem (na casa), ficam para trás, Hattie avança (no carro), é visionária, é moderna, é emancipada, mas ao mesmo tempo filha da tradição européia. Além disso, percebe-se, mais uma vez, a tentativa da marca em atingir diretamente o público estadunidense, ao conferirmos que quem termina ao lado do o milionário americano é aquela que usa roupas Dior.

FIGURA 06 - CENA DO FILME THE GRASS IS GREENER (1960)
FONTE: ARQUIVO PESSOAL

Percebe-se que ambos os casacos usados por Hattie estão de acordo com uma estética de moda lançada pela Dior, chamada linha Trapézio.

No fim dos anos 1950, Dior morre. Em seu lugar é colocado Yves Saint Laurent, seu antigo aprendiz, o qual permanece como estilista da maison até 1962. Ele tinha como missão

perpetuar a honra da Dior, porém torná-la mais atualizada com a época. Sua primeira coleção traduziu esses dois conceitos ao apresentar um look visionário que apontava para a moda mais andrógina dos anos 1960. A linha chamada Trapézio transmitia uma imagem de mulher-menina. O look era mais largo, solto e descomplicado visualmente, além de possuir um comprimento menor. Ele inspirava a tradição da marca porém de um modo descontraído, menos antigo, mais moderno, ajustando-se ao espírito de jovialidade da época dos anos 1960[7].

Diante disso, vê-se uma congruência de significados entre o caráter da personagem Hattie e a linha Trapézio da marca Dior.

4.4. ARABESQUE - 1966 - SOPHIA LOREN

Arabesque (1966) conta a história de David (Gregory Peck), um professor universitário contratado por Beshraavi (Alan Badel) para decifrar um monograma o qual desconfia conter uma mensagem muito importante. Yasmin Azir (Sophia Loren) é uma espiã do governo inglês que tenta recuperar o monograma e decifrá-lo antes dos vilões, para isso ela conta com a ajuda de David, que inicialmente sente-se confundido, pois Yasmin tem de ser amantes dos vilões para conseguir retirar deles as informações que precisa, usando sua sedução como arma de trabalho. Durante a trama, os dois acabam se apaixonando.

Antes mesmo de trabalhar em filmes de Hollywood, Sophia Loren havia atuado em várias produções na Itália, seu país de nascimento. Entretanto, foi o filme americano Orgulho e Paixão (1957) que a consagrou mundialmente como um dos maiores símbolos sexuais dos anos 1960. Nesse filme ela interpretou Joana, uma espanhola que atrai simultaneamente o amor de dois homens. Além disso, na mesma época do filme, houveram boatos que Cary Grant e o produtor Carlos Ponti declararam amor por ela[8]. Tais fatos ajudam a explicar a escolha de Loren

---

[7] METROPOLITAIN MUSEUM OF ART. The collection online: Label. Disponível em <http://www.metmuseum.org/collection/the-collection-online/search/158543>. Acessado: 18.06.2015.

[8] BIOGRAPHY. Sophia Loren biography. Disponível em <http://www.biography.com/people/sophia-loren-9386318#career-highlights>. Acessado em 15.06.2015.

para o papel de uma mulher que tem de seduzir, através de sua beleza, vários homens para chegar ao objetivo que deseja.

Um dos resultados da associação da marca Dior com Sophia Loren, foi a construção de uma imagem mais europeia em torno da atriz, a qual se estabeleceu dentro e fora das telas e fez mídias da época reconhecerem seu estilo mais parisiense. (SMALL, 2009)

4.4.1. Análise das cenas

No início da trama, Yasmin é apresentada com roupas que traduzem uma imagem exótica, fazendo jus ao seu relacionamento com Beshraavi, o qual é Árabe. Na sua primeira aparição, ela veste um nighty com penas nas extremidades, conotando exoticidade. A cor preta da composição demonstra mistério, visto que ela é uma bela desconhecida que surge do nada em frente à David. O nighty possui grandes decotes na frente e nas costas o que expressa sensualidade. Ela pede para que o professor suba o zíper de sua roupa e, enquanto ele se distrai, ela tenta pegar o monograma de sobre a mesa. O vestido serve, na cena, como uma arma de sedução e beleza, meio pelo qual ela atrai e consegue o que deseja.

Seu perfil exótico é posto de lado aos 20 minutos da trama. Nesta cena, David faz uma comparação entre a maldade de Beshraavi e a cultura tradicional inglesa, evocando inclusive a imagem da rainha. Após feita a comparação, Yasmin tira o seu roupão com estampas de tigre, que simboliza sua personalidade oriental, e toma um banho. Como num batismo cristão, o velho eu (oriental) é abandonado através da água, dando espaço a um eu renovado e melhor (europeu). Após o banho ela usa um sobretudo de casimira branca, cor utilizada nos rituais de batismo, o qual já não possui vestígios da cultura oriental. Complementando a composição, há um sapato de salto alto preto feito de seda, o que evoca o sentido de luxo e delicadeza ao fazer uma alusão à cultura de moda francesa que se utiliza muito dessa matéria-prima.

Tendo David como parceiro, ela se envolve numa perseguição a um dos capangas de Yussef, outro vilão que deseja decifrar o monograma. Eles correm pelas ruas de Londres, o que traz bastante a ação e suspense a trama. Yasmin usa um blazer de modelagem mais ou menos reta, o que mostra que ela é uma mulher moderna, ativa, dinâmica, visto que é o contrário da modelagem que marcava a cintura e expressava ócio e inatividade. A saia transmite feminilidade, equilibrando o aspecto um pouco masculino do blazer, demonstrando que apesar de ser uma mulher dinâmica, ela é sensual, bela e delicada. O tailleur é feito de seda, material caro e comumente usado no vestuário feminino, o que expressa luxo, poder econômico, mas também feminilidade. A composição tem um caráter formal.

FIGURA 07 - CENA DO FILME ARABESQUE (1970)
FONTE: ARQUIVO PESSOAL

Ao recuperarem o monograma, descobrem que a mensagem informa que o primeiro ministro de um país oriental será morto em alguns minutos. Os dois entram numa corrida contra o tempo para salvá-lo. Nesta cena, Yasmin utiliza um sobretudo de modelagem reta, com colarinho e mangas longas, demonstrando sua personalidade dinâmica, ajustando-se à necessidade de agilidade da cena. O sobretudo e a bota de cano alto são de vinil, material que, nos anos 1960, foi instaurado com um manifesto de jovialidade, modernidade e transgressão (BAUDOT, 1999). Sobre o pescoço há um lenço de seda, o qual conota sofisticação, luxo, requinte.

FIGURA 08 - CENA DO FILME ARABESQUE
FONTE: ARQUIVO PESSOAL

Na cena final, conferimos um resgate da estética original da Maison Dior. Depois de terminada sua missão como espiã, Yasmin e David aproveitam uma manhã de sol tranquila. Navegando em um pequeno barco e deitada sobre o peito de David, Yasmin 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, feminilidade. O excesso de tecido, seda, causado pelo plissado da saia demonstra luxo, ostentação. O broche em formato de flores expressa sentimentalismo, romantismo, ajustando-se bem a cena de amor entre ela e David.

FIGURA 09 - CENA DO FILMES ARABESQUE
FONTE: ARQUIVO PESSOAL

O figurino do filme foi projetado pelo terceiro estilista da Maison Dior, Marc Bohan. A marca percebeu que a mulher da década de 1960 não era a mesma do início da década anterior. Ela necessitava de uma roupa que se adaptasse melhor ao trabalho, assim como expressasse jovialidade e modernidade, por isso Bohan tornou o blazer do tailleur Dior mais reto, para representar a maior liberdade e poder que a mulher vinha ganhado, para se ajustar ao perfil de uma mulher dinâmica e moderna[9].

[9] METROPOLITAIN MUSEUM OF ART. The collection online: label. Disponível em <http://www.metmuseum.org/collection/the-collection-online/search/158565>. Acessado em 15.06.2015.

4.5. THE BEAR AND THE DOLL - 1970 - BRIGITTE BARDOT

A trama envolve Felícia (Brigitte Bardot) uma jovem francesa rica e independente que, insatisfeita por não ter conseguido seduzir Gaspard, um rapaz do interior, vai à casa dele onde passam uma madrugada brigando como cão e gato, numa tentativa de o fazer desejá-la sexualmente. Todas suas investidas e flertes falham, até que amanhece e ele se sente desesperadamente apaixonado, quando ela já não deseja mais manter relações com ele.

Apesar de ter feito filmes anteriores, a produção intitulada E Deus Criou A Mulher (1956) foi a principal responsável por disseminar mundialmente Brigitte Bardot como sex symbol de uma feminilidade jovem, emancipada e sexualmente liberada, criando um ideal de mulher moderna para a década de 1960. O modo de vida que representava nas telas era bastante admirado e imitado pelo público jovem da época. Além disso, ela era lembrada como a maior estrela parisiense de cinema do seu tempo. (COSTA, 2014)

4.5.1. Análise das cenas

Ao ter batido no carro de Gaspard, Felícia percebe que o mesmo não se sente atraído por ela. Indignada, pois está acostumada a ter os homens aos seus pés, ela o chama para sua casa com a desculpa de assinar os papéis do seguro do seu carro. Ao chegar lá, na verdade há uma festa.

Felícia enverga um vestido de noite longo, o que conota glamour, porém ele tem uma modelagem que vai se tornando mais larga conforme o comprimento do corpo, o que fornece maior liberdade de movimentos e, então, expressa sua própria liberdade de atitudes.

O vestido é branco, assim como seu apartamento, o qual possui uma estética futurista, de forma que agrega o sentido de modernidade relacionado às descobertas da era espacial, as quais influenciam esse tipo de arquitetura, à roupa e dessa para a personagem, construindo sua personalidade de mulher atual, contemporânea, visionária (BAUDOT, 1999). O branco também conota inocência, o que ajuda a equilibrar o sentido de impudor e sensualidade causado por um decote que deixa aparecer grande parte de seus seios, mostrando que para ela o prazer e liberdade sexual não são males ou pecados, e sim afirmações de liberdade pessoal. Feito de seda, percebemos que ela faz parte da classe alta parisiense, e tem desejo de ostentar suas riquezas, o que é confirmado quando ela insinua que não precisou de um motivo específico para dar uma festa em seu apartamento.

Ela dança ao som animado de guitarra e bateria, o que representa sua jovialidade. Porém, ao mesmo tempo ela bebe champanhe, o que expressa requinte.

A câmera é ajustada com um plano médio que abrange Felícia e Gaspard, de modo que podemos fazer uma comparação entre os dois. Ele está vestido em uma calça, camisa e sapatos sociais, com um suéter, composição bastante tradicional. As cores são rústicas, laranja, marrom e bege, remetendo a seu estilo de vida rural, fato confirmado quando Felícia diz que a camisa dele perdeu um pouco da cor laranja por ele passar muito tempo com vacas.

FIGURA 09 - CENA DO FILME THE BEAR AND THE DOLL (1970)
FONTE: ARQUIVO PESSOAL

Ao fim da trama, quando o dia amanhece, após várias investidas sem sucesso realizadas por Felícia para tentar despertar os desejos sexuais de Gaspard, ela desiste e decide voltar a pé para sua casa. Gaspard, por sua vez, passa a se sentir estranhamente apaixonado por Felícia e decide segui-la. Ele usa uma camisa social branca com alguns botões abertos, o que demonstra uma composição menos rígida que as usadas anteriormente, mostra que Gaspard se desfez de seus preconceitos e se sente livre para amá-la.

Felicia usa o mesmo vestido da festa, o qual possui a mesma cor da camisa de Gaspard, demonstrando uma conexão de sentimento entre os dois, transmitindo liberdade, delicadeza, pureza de sentimentos. Por ser feito de tecido leve, seda, permite que vejamos o contorno do seu corpo, enquanto ela corre sobre uma estrada muito longa em meio a uma mata amarelo-esverdeada, expressando sensualidade, liberdade sexual. Ao chegar em frente à um lago, ela percebe que não há mais saída e senta-se, posteriormente Gaspard se aproxima e os dois se beijam, encerrando o filme. Nem mesmo Gaspard resistiu ao seu poder de sedução.

A cena final alude ao ideal romântico ao evocar a representação da mulher que é divinizada, amada, porém é distante e por isso tem de ser buscada pelo homem, assim como a natureza idealizada, a partir do cenário bucólico. (CEREJA, 2005)

FIGURA 10 - CENA DO FILME THE BEAR AND THE DOLL (1970)
FONTE: ARQUIVO PESSOAL

5. CONCLUSÃO

A partir do exposto percebemos que há, nos filmes estudados, uma evocação de símbolos que constroem um sentido de nobreza em torno das personagens analisadas, a partir de referências à um estilo de vida europeu e cortês principalmente dos séculos XVII, XVIII e XIX. As personagens são apresentadas como mulheres muito ricas, despreocupadas com o trabalho duro, com um nível de poder sempre superior aos demais, e até mesmo superior a lei. Esta caracterização se harmoniza com a simbologia da marca Dior na época, visto que a própria estética do New Look foi elaborada a partir de referências às roupas usadas pelas nobres das cortes do Antigo Regime e do Segundo Império Francês.

De forma a equilibrar a imagem das personagens e, em consequência, da própria marca, a Dior, em lugar de fazer simples referência literal às roupas do passado, constrói uma imagem aristocrática, porém associada a elementos estéticos de vestuário considerados modernos para a época de lançamento dos filmes. Dessa forma, mesclando, na construção da imagem das atrizes, luxo e inovação, tradicionalidade e irreverência, sensualidade e dinamicidade, elegância e liberdade sexual, sentidos que são adequados e reforçados pelas atuações das atrizes em cena,

as quais se comportam como mulheres glamorosas, porém modernas, o que torna congruentes os sentidos atribuídos à narrativa da marca e aqueles relacionados ao perfil das personagens.

A persona das celebridades, por sua vez, assim como a imagem das personagens que elas interpretam, favorece a estruturação da identidade de marca da Dior num processo que agrega os valores relacionados às atrizes à marca. Assim, as roupas são inseridas na narrativa em associação a uma determinada personalidade e estilo de vida, revestindo um corpo com passado, presente e futuro, de forma a definir a mulher Dior a ser comercializada por meio do vestuário. Para as americanas, a marca é vendida como um símbolo europeu e parisiense, o qual é consumido como num processo de compra de títulos de nobreza. As americanas ricas, apesar de terem muito dinheiro, não possuíam o histórico aristocrático da Europa. Para elas, a marca Dior, através desses filmes, poderia se tornar uma aparência e símbolo de nobreza europeia pelo qual elas podiam pagar, um recurso para a construção de uma imagem de luxo e beleza a ser usada para seduzir os homens de seu próprio país.

As mulheres são apresentadas como possuidoras de um poder de sedução que atrai muitos homens simultaneamente, não havendo sequer um filme analisado onde a personagem que veste Dior não seja cortejada por várias pessoas. Elas são como vitrines que expõem luxo, extravagância, frivolidade, atrativos de beleza para os homens, os quais, por sua vez, estão numa posição de subserviência. Nos filmes, vemos que deles, elas querem a culpa pelo assassinato, a admiração pública, o dinheiro, o monograma, o sexo, e usam seu glamour, edificado também a partir de suas roupas, para conseguirem o que desejam. A Dior constrói a imagem de uma mulher bela e poderosa; delicada, mas não frágil; uma mulher que se impõe a partir da aparência e do que esta representa.

No cinema, a marca Dior se tornaria capaz de ser amplamente reconhecida pela sociedade a partir dessas conotações, de modo que as mulheres poderiam consumir roupas da Dior e/ou a estética propagada para se apropriarem dos significados que lhe foram atribuídos, construindo assim suas próprias identidades públicas. Isso era possível, pois quase todos os figurinos não eram construídos especialmente para os filmes, mas se tratavam de peças de coleções anteriormente apresentadas pela companhia, as quais poderiam ser encontradas em aspecto muito parecido por qualquer mulher que fosse à uma loja da marca.

Visto isso, o cinema se tornou um ambiente privilegiado para trocas simbólicas que influenciaram a consolidação da identidade de marca da Maison Dior, cujos valores expressos nos filmes analisados têm sido reproduzidos e reforçados até hoje tanto em películas cinematográficas mais recentes quanto em anúncios publicitários.

6. REFERÊNCIAS

ARABESQUE. Direção: Stanley Donen. Filme. 105 min. Disponível em <http://www.veoh.com/watch/v32763363rCtBhK96>. Acessado em 02.08.2015.

BAUDOT, F. **A century of fashion.** Nova York: Thames & Hudson, 1999.

BIOGRAPHY. **Sophia Loren biography.** Disponível em <http://www.biography.com/people/sophia-loren-9386318#career-highlights>. Acessado em 15.06.2015.

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

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

CHANDLER, C. **Marlene Dietrich: a personal biography.** Nova York: Simon & Schuster, 2011.

COSTA, F. A. **O figurino como elemento essencial da narrativa cinematográfica.** Porto Alegre: Revista Famecos, Sessões do Imaginário, nº 8. Porto Alegre, 2002.

COSTA, T. B. **A longa vida de BB, a mulher inventada por Brigitte Bardot.** Publico. Disponível em <http://www.publico.pt/culturaipsilon/noticia/a-longa-vida-de-bb-a-mulher-inventada-por-brigitte-bardot-1671071>, 2014. Acessado em 15.06.2015.

DEBOM, P. **O triunfo das aparências: poder e moda no Segundo Império Francês.** Rio de Janeiro: Veredas da História, v. IV, p. 185-203, 2011.

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

HANOVER, J. **Stars in Dior.** Nova York: Rizzoli, 2012.

JULLIER, L.; MARIE, M. **Lendo as imagens do cinema.** São Paulo: SENAC, 2012.

MACIEL, E. J. C.; MIRANDA, A. P. C. de. 2012. **DNA da imagem de moda.** In. Rio de Janeiro: 8º Colóquio de Moda, 2012.

MENDES, V. D. **A moda do século XX: 280 ilustrações, 68 em cores.** São Paulo: Martins Fontes, 2009.

METROPOLITAIN MUSEUM OF ART. **The collection online: label.** Disponível em <http://www.metmuseum.org/collection/the-collection-online/search/158565>. Acessado em 15.06.2015.

METROPOLITAIN MUSEUM OF ART **The collection online: Label.** Disponível em <http://www.metmuseum.org/collection/the-collection-online/search/158543>. Acessado: 18.06.2015.

MORIN, E. 1997. **Cultura de massas do séuclo XX, o espírito do tempo - neuroses.** Rio de Janeiro: Florence Universitária, 1997..

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/>. Acessado em 02.08.2015.

NO HIGHWAY in the Sky. Direção: Henry Coster. Filme. 99 min. Disponível em <http://www.metacafe.com/watch/7743905/no_highway_in_the_sky_1951/>. Acessado em 02.08.2015.

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

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

ROJEK, C. **Celebridade.** Rio de Janeiro: Rococo, 2014.

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

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

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

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

STAGE Fright. Direção: Alfred Hitchcock. Filme. 110 min. Disponível em <<www.myspace.com/markh60/video/-hitchcock-s-stage-fright-1950/54709817>. Acessado em 16/04/2015.

TELEGRAPH. **Jean Simmons.** Disponível em <http://www.telegraph.co.uk/news/obituaries/culture-obituaries/film-obituaries/7061131/Jean-Simmons.html>. Acessado em 01.06.2015.

THE BEAR and the Doll. Direção: Michel DeVille. Filme. 90 min. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=r-Z0xsaOwRs>. Acessado em 02.08.2015.

THE GRASS is Greener. Direção: Stanley Donen. Filme. 104 min. Disponível em <http://www.veoh.com/watch/v1191610xjy7Czd9?h1=Grass+is+Greener>. Acessado em 02.08.2015.

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

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