

Moda e Cinema: A Parceria entre Audrey Hepburn e Givenchy
Por Adriana Regen¹

Resumo

Este trabalho é parte de uma pesquisa que visa discutir a moda e o cinema, com foco na relação que se estabelece entre os estúdios de cinema de Hollywood e a alta costura francesa, que se populariza através da imagem de *glamour* de suas atrizes. A proposta é investigar o trabalho de estilistas e figurinistas na construção da imagem dessas estrelas, bem como a influência dessas imagens nas tendências de moda do período.

A parceria entre a atriz Audrey Hepburn e o costureiro francês Hubert de Givenchy será utilizada como estudo de caso.

¹ Mestranda em Moda, Cultura e Arte – Senac (conclusão em 2007).

A Figura da Estrela

Segundo Edgar Morin em seu livro *As Estrelas de Cinema*², o cinema foi o primeiro veículo de comunicação a reunir espectadores de todas as classes sociais, urbanas e rurais, paralelamente aos espetáculos esportivos, pois desde o início teve um caráter de entretenimento acessível à maioria da população.

No início do século XX o cinema investia principalmente no imaginário popular, através de tramas folhetinescas e romances melodramáticos, atraindo um público de classe mais humilde. Os atores, em geral vindos do teatro, traziam suas próprias roupas para as filmagens³. A partir dos anos 1920 o cinema começa a se profissionalizar com o surgimento de diretores de arte, departamentos de figurino e cenografia. Nesta época e, principalmente na década de 1930, o romance burguês desenvolveu-se como tema, ocorrendo uma diminuição do melodrama em prol de assuntos mais realistas ou até trágicos. O imaginário aproximou-se do real, embora o *happy end* fosse obrigatório, a fim de ajudar o espectador a esquecer os tempos de depressão.⁴ O rádio já estava presente na maioria das casas e as fronteiras culturais começavam a ser abolidas no mercado comum das *mass media*.⁵

Os atores, inicialmente anônimos e conhecidos pelos nomes dos personagens que interpretavam, lentamente ganharam notoriedade ao interpretar diferentes heróis em diferentes filmes, impondo assim seus próprios nomes ao público.

Edgar Morin descreve o surgimento da figura da estrela à medida que o tema do amor foi ganhando importância junto ao público. A câmera mostra o rosto feminino cada vez mais próximo, cultuando a estrela na pele da heroína e oferecendo-a a projeção-identificação do espectador.⁶ A luz era usada para tirar sombras e destacar a figura do fundo, formando um halo que conferia mais brilho

² MORIN, Edgar, *As Estrelas de Cinema*. Lisboa, Livros Horizontes, 1980.

³ MASSEY, Anne, op. cit. pg. 28.

⁴ MORIN, Edgar, *As Estrelas de Cinema*. op. cit. pg. 23

⁵ MORIN, Edgar, *Cultura de Massas no Século XX – O Espírito do tempo – Vol. 1*, Editora Brasiliense, 2002, pg. 40 e 61.

⁶ MORIN, Edgar, *As Estrelas de Cinema*. op. cit. pg. 20

e glamour à atriz em cena.⁷ Beleza e juventude são os principais ingredientes e surgem arquétipos comuns a todos os enredos, como a virgem inocente, a rebelde, a mulher fatal (vampe ou prostituta) e, entre os personagens masculinos, o herói cômico, o justiceiro, o herói da aventura e o do amor.

O momento áureo do *star system* aconteceu nos anos 1930, com a implementação do sistema de fabricação de estrelas pelos estúdios de cinema. As estrelas desta época - deusas mitológicas, amadas e admiradas por milhares de fãs - fomentaram verdadeiros cultos às suas personalidades.

A partir dos anos 1950 o cinema sofre uma queda significativa de público, em consequência da disseminação da televisão e do aumento de entretenimentos por parte da indústria cultural. Hollywood e o *star system* lançaram mão de novas estratégias, aliando-se à imprensa e à publicidade para relançar suas estrelas, agora mais humanizadas, o que proporcionava uma maior identificação do espectador. Através das revistas femininas e dos programas de televisão, as estrelas passaram a entrar em casa e a fazer parte da vida do público. Edgar Morin refere-se a elas como estrelas-mercadoria⁸, pois têm suas vidas abertas e publicadas em revistas e fazem propagandas de qualquer produto, de roupas e cosméticos a eletrodomésticos e detergentes, além de dar dicas de beleza, decoração e comportamento.

Hollywood e seus filmes eram uma forma importante de propaganda, promovendo uma versão simples e consumista da vida⁹, transformando as estrelas em veículo de comunicação para os produtos da indústria e da cultura de massa. Para Elizabeth Wilson, “Hollywood foi, em tempos, a fábrica que transformava algumas mulheres – as estrelas – em obras de arte permanentes (não obstante tê-la destruído enquanto mulheres)”.¹⁰

Os anos 1960 assistiram ao suicídio da estrela maior do *star system*, Marilyn Monroe. Desvendou-se a farsa por trás do sistema de fabricação de felicidade eterna. Os filmes passaram a ter enredos mais sérios, reais e históricos.

⁷ MASSEY, Anne, op. cit. pg. 36

⁸ MORIN, Edgar, *As Estrelas de Cinema*. op. cit. pg. 20

⁹ BREWARD, Christopher, *Fashion*. Oxford University Press, Oxford-NY, 2003 pg. 132.

¹⁰ WILSON, Elizabeth, *Enfeitada de Sonhos*. Edições 70, Lisboa, 1989, pg. 171.

Começava a surgir um novo cinema, de orçamento mais baixo, cujas estrelas eram os próprios autores, um cinema de idéias e com uma estética nova. A *Nouvelle Vague* francesa foi o seu maior exemplo, mas também Hollywood passou a investir no cinema independente e de autor. O final feliz dá então lugar a situações reais de um mundo individualista, revelando suas carências, fragilidades, depressões e problemas conjugais.

A Moda no Cinema

A importância do figurinista em Hollywood vai aumentando ao longo da década de 1920. No princípio eram responsáveis por desenhar as roupas de época para os filmes históricos. A maioria dos atores em filmes modernos traziam suas próprias roupas.¹¹

Claire West, que estudou em Paris e trabalhou com D. W. Griffith em *Intolerância* (1916), foi a primeira figurinista contratada por Cecil B. DeMille para Paramount, e este, por sua vez, foi o primeiro diretor a dar importância ao figurino. Ele diz a Howard Greer, que substituiu Claire West em 1924, que quer “roupas que façam as pessoas ficarem ofegantes quando a vêem. Não quero que qualquer um possa comprá-las numa loja”.¹² Howard Greer contrata Edith Head para sua assistente em 1925. A partir dos anos 1940 ela torna-se chefe do departamento de figurino da Paramount, onde permanecerá por 40 anos.

O modernismo europeu dominou a estética a partir da década de 1920, e o cinema de Hollywood retratou esta vanguarda em seus cenários e figurinos. O *glamour* mostrado nos filmes americanos vinha da inspiração nas roupas da alta-costura parisiense e no mobiliário *art déco* europeu.¹³

Desde 1925 os designers americanos visitavam Paris para se inspirar e copiar as últimas tendências da moda e do mobiliário. Como os filmes demoravam até dois anos para serem lançados após o fim das filmagens, havia o perigo das roupas ficarem fora de moda. Aconteceu, por exemplo, quando Jean Patou

¹¹ CHIERICHETTI, David, *Edith Head – The Life and Times of Celebrated Costume Designer*. Harper Collins, NY, 2003, pg. 13.

¹² CHIERICHETTI, David, op. cit. pg. 14

¹³ MASSEY, Anne, op. cit. pg. 29

alongou o comprimento dos vestidos em 1929, decretando uma nova estética para a década de 1930. Nesta época Hollywood declarou intenção de superar Paris como líder na inovação da moda.¹⁴ Adrian, figurinista da MGM de 1928 a 1942, dizia que a moda para o cinema precisa estar fora das tendências da época para se tornar tendência depois.¹⁵

Mesmo assim alguns costureiros europeus desenharam roupas para filmes de Hollywood; quando a parceria funcionava, era econômica e esteticamente recompensadora. Mudanças na moda poderiam arruinar um filme, mas o endosso de um costureiro de Paris era uma garantia. Schiaparelli desenhou para Mae West e Zsa Zsa Gabor nas décadas de 1920 e 1930; Chanel teve uma experiência infeliz ao ser contratada por Samuel Goldwin para vestir Gloria Swanson em *Tonight or Never* (1931); sua veia artística chocou-se com a burocracia dos estúdios. Após a Segunda Guerra Mundial, costureiros franceses como Dior, Givenchy e Balmain encontraram em Hollywood uma fonte importante de marketing e patrocínio para suas marcas. Mais que os próprios filmes, foi pela cobertura da mídia sobre os estilos das atrizes fora da tela, seu gosto e sua personalidade, que as casas de moda fizeram sua publicidade.¹⁶

O cinema de Hollywood teve enorme influência na difusão das tendências de moda, despertando uma corrida para a produção em massa de imitações das roupas usadas nos filmes. Entre os exemplos estão o vestido branco com babados nas mangas desenhado por Adrian para Joan Crawford em *Letty Linton* (1931) e o estilo *New Look* que Edith Head fez para Elizabeth Taylor em *Um Lugar ao Sol* (1951).¹⁷

De 1930 até o final dos anos 1950, a necessidade de vender produtos além do próprio filme levou Hollywood a investir em filmes com enredos modernos, em detrimento dos épicos e históricos. O *star system* desenvolveu braços comerciais para produzir em larga escala as roupas desenhadas para suas atrizes, que ganharam até uma marca, a *Miss Hollywood Junior*, vendida em lojas de

¹⁴ BRUZZY, Stella, *Undressing Cinema – Clothing and Identity in the Movies*. Routledge, London/NY, 1997.

¹⁵ MASSEY, Anne, op. cit. pg. 77

¹⁶ BREWARD, Christopher, op. cit.

¹⁷ BRUZZY, Stella, op. cit. pg. 4

departamento. A estratégia fez crescer a carreira de diretores de filmes femininos, das próprias estrelas e também dos figurinistas.¹⁸

Audrey Hepburn e Givenchy

Nos anos 1950 Edith Head era a grande figurinista de Hollywood, ganhadora de vários Oscar e a preferida de grandes estrelas e diretores, apesar de alguns desafetos, sempre comuns nesses meios.

Em 1953, uma jovem e desconhecida bailarina de musicais que vivia em Londres é contratada para o filme *Roman Holiday*, de William Wyler, depois de tentativas fracassadas para ter Jean Simmons e Elizabeth Taylor como protagonistas. Edith Head achou-a agradável, com belos olhos, mas esquisita. Tinha o pescoço musculoso, os ossos da clavícula saltados e seios muito pequenos, além de pés grandes e pernas de bailarina. Como ela passava a maior parte do filme com a mesma roupa, Edith usou uma saia comprida e rodada no estilo *New Look*, camisa de manga curta e um lenço no pescoço para esconder os ossos. Audrey Hepburn revelou-se uma excelente atriz e todos se apaixonaram por ela durante as filmagens.¹⁹

Antes mesmo de o filme ser lançado, Audrey foi contratada para protagonizar *Sabrina*, de Billy Wilder. Ela pediu ao diretor para vestir roupas francesas quando sua personagem retornasse de uma temporada de um ano de estudos em Paris. Audrey Wilder, mulher de Billy, sugeriu que Hepburn pegasse emprestadas roupas de Balenciaga, mas este indicou o jovem amigo Hubert de Givenchy, pois estava muito ocupado preparando uma nova coleção.

Audrey viajou a Paris. O encontro estava marcado para Miss Hepburn, e Givenchy esperava pela famosa Katherine Hepburn. Achou-a frágil e magricela, mas com olhos bonitos e charmosa, mesmo sem maquiagem. Não poderia fazer roupas especiais para ela por estar envolvido com a nova coleção. Ela pediu para escolher entre as roupas prontas de coleções anteriores. Selecionou, sozinha, três trajes necessários para o filme.²⁰ Givenchy ficou encantado ao vê-la vestida, pois

¹⁸ BREWARD, Christopher, op. cit.

¹⁹ CHIERICHETTI, David, op. cit. pg.131

²⁰ KEOGH, Pamela Clarke, *Audrey Style*. Harper Collin Publishers, NY, 1999.

ela escolheu exatamente o que valorizava a sua figura, mostrando que tinha total conhecimento de moda e estilo e sabia o que queria. Ela, por sua vez, pensou que Givenchy era alguém que inauguraria uma nova era na história da moda, uma feminilidade jovem e em movimento. Ele tornou-se seu costureiro de escolha, na vida e nos filmes, e *Sabrina* decretou o nascimento de um verdadeiro culto a Audrey Hepburn, sinônimo de uma silhueta chic e elegante. Billy Wilder disse: “Num mundo de Marilyn Monroe e Jane Russel, essa menina sozinha pode transformar os peitos em coisa do passado”.²¹

Edith Head ficou arrasada com a concorrência desleal, mas não teve nada a dizer sobre as roupas escolhidas. Sobrou para ela desenhar as roupas da Sabrina pobre. Mesmo assim levou os créditos pelo figurino do filme todo, pois no seu contrato com o estúdio constava que todos os filmes “A” eram assinados por ela e mais ninguém. O famoso vestido preto com decote reto e dois lacinhos nos ombros foi feito por ela, mas a partir do desenho de Givenchy. Os lacinhos eram para esconder os ossos da clavícula e o decote ficou mundialmente conhecido como “decote Sabrina”.²²

O filme seguinte de Audrey Hepburn, *Funny Face* (1957), tinha a alta-costura como tema e o roteiro foi diretamente entregue a Givenchy, que desenhou especialmente as roupas. Nos créditos, apareceu o nome de Edith Head e “*Miss Hepburn Paris Wardrobe by Givenchy*”. Audrey Continuou vestindo Givenchy nos filmes seguintes: *Love in the Afternoon* (1957), *Breakfast at Tiffany's* (1961), *Charade* (1963) *Paris when it Sizzles* (1964), *My Faire Lady* (1964), *How to Still a Million* (1966), *Wait Until Dark* (1967) e *Two for the Road* (1967).²³

Audrey Hepburn fez a *maison* Givenchy tornar-se conhecida e levou muitas americanas a vestirem suas criações. Filme após filme, usou as roupas com tamanha graça e talento que criou um estilo de grande impacto na moda. A relação de amizade entre eles durou até a morte dela, em 1993.

²¹ MOHRT, Françoise, *The Givenchy Style*. Assouline, Paris, 1998.

²² CHIERICHETTI, David, op. cit. pg. 134

²³ KEOGH, Pamela Clarke, op. cit. pg. 37

Audrey Hepburn fala de Givenchy: “Há poucas pessoas que eu amo mais. Ele é a pessoa mais íntegra que eu conheço.”²⁴

Givenchy fala de Audrey Hepburn: “Em toda coleção uma parte do meu coração, do meu lápis e do meu desenho vai para Audrey. Ela agora partiu, mas eu ainda comungo com ela.”²⁵

Bibliografia

BREWARD, Christopher, *Fashion*. Oxford University Press, Oxford-NY, 2003

BRUZZY, Stella, *Undressing Cinema – Clothing and Identity in the Movies*.

Routledge, London/NY, 1997.

CHIERICHETTI, David, *Edith Head – The Life and Times of Celebrated Costume Designer*. Harper Collins, NY, 2003

KEOGH, Pamela Clarke, *Audrey Style*. Harper Collin Publishers, NY, 1999.

MASSEY, Anne, *Hollywood Beyond The Screen*, Berg, Oxford-New York, 2000.

MOHRT, Françoise, *The Givenchy Style*. Assouline, Paris, 1998.

MORIN, Edgar, *As Estrelas de Cinema*. Lisboa, Livros Horizontes, 1980.

_____, *Cultura de Massas no Século XX – O Espírito do tempo – Vol. 1*, Editora Brasiliense, 2002,

WILSON, Elizabeth, *Enfeitada de Sonhos*. Edições 70, Lisboa, 1989

²⁴ MOHRT, Françoise, op. cit. pg. 87

²⁵ MOHRT, Françoise, op. cit, pg. 88