

“NO DIOR, NO DIETRICH”: DIÁLOGOS SIMBÓLICOS ENTRE MARCA DE MODA E CINEMA NO FILME STAGE FRIGHT (1950)

“No Dior, No Dietrich”: Symbolic Dialogues Between Fashion Brand and Cinema on the Movie Stage Fright (1950)

Batista, Isaac Matheus Santos; Graduando; Aluno Pesquisador Voluntário pelo Programa PIBIC do CNPQ; Universidade Federal de Pernambuco; isaacmsbatista@gmail.com

Bezerra, Amilcar Almeida; Professor Doutor; Universidade Federal de Pernambuco; amilcarbz@hotmail.com
Grupo de Estudos em Consumo de Moda (G-COMO) da UFPE-CAA

Introdução

Alfred Hitchcock (1899 – 1980), considerado um dos maiores diretores de cinema, dedicava grande cuidado ao figurino de suas atrizes. Sua obra *Stage Fright* (1950), objeto desta pesquisa, se mostra relevante para a história da moda, pois é o primeiro filme a estabelecer um vínculo simbólico entre a atriz Marlene Dietrich e a marca de luxo Dior.

Tal encontro permite pensar aqui as relações entre moda e cinema ao observar como os valores da marca interagem simbolicamente com o perfil da personagem e, ao mesmo tempo, como a personagem inserida na narrativa do filme traduz valores que servirão à construção da identidade da marca.

Logo, usaremos o método de análise semiótica de imagens paradas (PENN, 2002), descrevendo os elementos que constituem as cenas analisadas, 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 o figurino, recorreremos aos critérios de análise definidos por Maciel e Miranda (2009), dissecando-o conforme a forma, cor, material, composição da roupa e gestual do usuário. Por fim, empregaremos as ferramentas de análise fílmica (JULLIER, 2012), quando necessário para descrever o significado da cena.

Fundamentação teórica

Os elementos que constam nas cenas de um filme, dependendo de sua configuração e do repertório simbólico dos observadores, servem como signos que ajudarão ou não no entendimento da trama. (COSTA, 2002)

O figurino é um relevante elemento, pois coopera na percepção da relação tempo/espço e personalidade do personagem que o veste.

A persona dos atores, que é edificada a partir das representações criadas pela produção, as quais são assimiladas e modificadas pela mídia e o público, influencia a construção das identidades dos personagens, de forma a torná-las análogas ou dissimilares. (ROJEK, 2008; SAVINO, 20014)

Há, então, uma relação íntima entre a narrativa do filme, a celebridade/personagem e os demais elementos na cena, que se dá através das trocas simbólicas entre eles.

Devido à disseminação massiva das películas, tal universo sógnico pode fazer parte do mundo real das pessoas, ao assimilarem as idéias e comportamentos difundidos. Isso torna o cinema alvo de empresas que visam transmitir ao grande público valores simbólicos associados a suas marcas e produtos. (MORIN, 1997)

Por isso, o cinema é um importante produtor cultural integrante do sistema de moda que “consiste de todas as pessoas e organizações envolvidas na criação de significados simbólicos e suas transferências para os produtos culturais” (SOLOMON 2002). Tais significados, inicialmente extraídos do mundo culturalmente constituído, são transferidos para o consumidor durante os rituais de consumo do produto propagado, de modo a auxiliar na construção e manutenção de sua identidade. (MIRANDA, 2008)

Por dentro do filme

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 está 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)

Análise da cena: Charlotte se apresenta no teatro - 51m45s-56m56s

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, 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 1. Cena do filme Stage Fright (Arquivo pessoal).



A imagem da mulher cortejada por cavalheiros também reflete uma simbologia associada à nobreza. Um exemplo é este desenho que retrata 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 2. Chegada de Maria Antonieta à França. (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, através da música *Laziest Girl In Town*¹.

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.

O ócio, tão presente na vida cortês, surge na letra da canção adensando os significados já expressos no figurino e na performance da atriz. Por volta do século XVIII várias pinturas retratavam os nobres vestidos luxuosamente e descansando ao ar livre. Tais quadros expressavam a ociosidade de uma classe social que não precisava se preocupar com os imperativos burgueses do tempo e cujo estilo de vida foi mitificado no mundo ocidental como sinônimo de poder e elegância (GOMBRICH, 2002).

Figura 3. Cena do filme *Stage Fright* (Arquivo pessoal).



¹ Música *Laziest Girl In Town*, escrita por Cole Porter e lançada em 1927 (Tradução nossa). "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)

Conclusão

Durante a trama, Charlotte se apresenta como uma bem-sucedida e sedutora estrela superior aos demais e à lei, visto que mesmo confessando participação no crime não sofre o castigo final. Sua antítese, a personagem Eve, cujo traje vai o tempo todo conotar ingenuidade e inocência, descobre ao fim, ter sido enganada pelo verdadeiro assassino.

Através do estudo, se percebe a evocação de símbolos que constroem um sentido de nobreza em torno da personagem interpretada por Dietrich, contribuindo para isso a simbologia da marca Dior na época, já que a própria estética do New Look foi elaborada a partir de referências às roupas utilizadas pelas nobres do Antigo Regime. A persona de Dietrich e as características da personagem que ela interpreta no filme, por outro lado, consagrariam publicamente os sentidos de uma feminilidade aristocrática associada à Dior.

No cinema, a marca Dior se tornaria capaz de ser amplamente reconhecida pela sociedade, de modo que as mulheres poderiam adotar roupas da Dior e/ou a estética New Look para se apropriarem dos significados que lhes foram atribuídos, construindo assim suas próprias identidades públicas.

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

Referências

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

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

DIOR. O New Look, uma lenda. Disponível em <www.dior.com/couture/pt_br/a-maison-dior/arevolucao-do-new-look>. Acesso em 16/04/2015.

FRIGHT, Stage. Direção: Alfred Hitchcock. 1950. Disponível em <www.myspace.com/markh60/video/-hitchcock-s-stage-fright-1950/54709817>. Acesso em 16/04/2015.

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

HANOVER, J. Stars in Dior. New 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. DNA da imagem de moda. In: 8º Colóquio de Moda, 2012, Rio de Janeiro, 2012.

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

11º Colóquio de Moda - 8ª Edição Internacional
2º Congresso Brasileiro de Iniciação Científica em Design e Moda
2015

MORIN, E. Cultura de massas do Século XX, o espírito do tempo 1 – neuroses. Rio de Janeiro: Florence Universitária, 1997.

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

PENN, G. Análise semiótica de imagens paradas. In: BAUER, M. GASKELL, G. Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático. 5 ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

ROJEK, C. Celebridade. Rio de Janeiro: Rococo, 2008. SAVINO, F. Marlene. Rio de Janeiro: Centro Cultural Banco do Brasil, 2014.

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

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

WEBER, C. Rainha da moda: como Maria Antonieta de vestiu para a Revolução. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008.