

ModaPalavra e-periódico

E-ISSN: 1982-615X

modapalavra@gmail.com

Universidade do Estado de Santa

Catarina

Brasil

Gularte, Ana Paula

A fotografia das estrelas de cinema como documento histórico da moda.

ModaPalavra e-periódico, núm. 10, julio-diciembre, 2012, pp. 18-36

Universidade do Estado de Santa Catarina

Florianópolis, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=514051627003>

- ▶ Como citar este artigo
- ▶ Número completo
- ▶ Mais artigos
- ▶ Home da revista no Redalyc

A fotografia das estrelas de cinema como documento histórico da moda.¹

Ana Paula Gularde

Especialista em Moda, Criatividade e Inovação –
SENAC/FATEC
apgularde@gmail.com

Resumo

Buscando perceber o modo como as fotografias das estrelas de cinema influenciam na moda, neste trabalho é aplicada metodologia de pesquisa qualitativa, interpretando a história fotográfica e cinematográfica juntamente com a moda, fundamentado em autores como Claudio Marra (2008), Edgar Morin (1980) e Pierre Bourdieu (2005). A presente pesquisa teve por objetivo analisar a fotografia de moda na história cinematográfica entre a década de 1920 e 1960, bem como os artifícios que induziram a formação das estrelas de cinema como mito e sua relação com os mortais. Concluímos a relevância da fotografia das estrelas como documento histórico, nas transformações da moda, permitindo relações intersocietárias através da troca de tendências nas representações sociais e identificando a construção do imaginário social com a supervalorização da estrela.

Palavras-Chave: Comunicação – Fotografia – Moda – Estrelas de cinema

Introdução

A influência do cinema ocorre desde que o cinematógrafo se tornou a máquina de fabricar sonhos. Onde quer que o cinema vá com suas criações e transformações, podemos entendê-lo como um grande veículo influenciador da massa.

Apresentando a importância do cinema na formação de tendências ao longo da sua história, suas transformações e mudanças no comportamento, como foram gerados e comunicados, a partir da necessidade de construção de identidade de diferentes épocas. O presente artigo busca perceber o modo como acontece a relação da fotografia com o cinema e sua interpretação enquanto documento histórico a partir do registro fotográfico

¹Parte do trabalho de conclusão no curso de pós-graduação Moda, Criatividade e Inovação.

de atrizes das décadas de 1920 a 1960. Pretende compreender a importância da fotografia na história do cinema e na moda.

Será discutido o modo de criação das estrelas de cinema como mito e sua relação com os mortais. Além disso, veremos o que desperta o desejo de copiar as roupas, e de se tornar um pouco parecidas com elas. E também por que as pessoas são influenciadas por todas as competições estéticas, principalmente na moda. A fotografia serve como documento histórico e a moda como uma forma de comunicação.

O cinema e a moda têm grande influência na atualidade, porém esse fenômeno acontece desde a década de 1920. Sempre que se fala em cinema e moda, é impossível não sermos remetidos à época de ouro do cinema. As divas de Hollywood são atemporais, transcendendo seu tempo, juntamente com o cinema e a moda.

A moda e o cinema podem ser considerados formas de linguagem e de expressão e é um dos fenômenos de maior influência na sociedade atual. A relação entre esses dois movimentos sempre estiveram ligados ao comportamento. (PETERMANN, DEL VECCHIO, BONA, 2008, p.1)

Marie (apud BARBOSA, 2008, p.11), aponta que depois de 1912 a palavra filme foi usada para designar cinema. O cinema trouxe uma resposta que a pintura buscava durante todo século XIX: a representação do efêmero.

A moda pode ser descrita como constantemente mutável, assim o que é fixo não é moda, é vestimenta. Pode-se afirmar a moda como desenvolvida através do desejo de individualização que ocorre nas sociedades mais complexas.

As sociedades que estão fora da influência da civilização ocidental não usam a moda, mas uma indumentária fixa. É fixa visto que não muda no tempo e que está estritamente associada a um lugar específico. As sociedades ocidentais, contudo, usam a moda. Elas a usam uma vez que o que vestem pode ser encontrado em toda civilização ocidental num mesmo tempo: seus trajes não variam tanto no espaço, visto que todo ocidental elegante estará vestindo quase a mesma coisa, a moda. Mas estarão variando rapidamente no tempo: o que o ocidental elegante está vestindo será em breve substituído por outra coisa. (BARNARD, 2003, p.31)

Com o advento da fotografia foi possível o registro de representações do real, permitindo, dessa maneira, o conhecimento visual da realidade em todos os lugares do mundo, tornando tangível a moda de sociedades distintas.

O mundo tornou-se de certa forma “familiar” após o advento da fotografia; o homem passou a ter um conhecimento mais preciso e amplo de outras realidades que lhe eram, até aquele momento, transmitidas unicamente pela transcrição escrita, verbal, e pictórica. (KOSSOY, 2001 p.26)

Segundo Maffesoli (2001), o conceito de imaginário é uma força social de ordem espiritual, uma construção mental que estabelece um vínculo coletivo.

(...) O imaginário é algo que ultrapassa o indivíduo, que impregna o coletivo
(...) O imaginário é o estado de espírito de um grupo, (...) O imaginário estabelece vínculo. É cimento social. Logo, se o imaginário liga, une numa mesma atmosfera, não pode ser individual. (MAFFESOLI, 2001, p. 75)

Maffesoli (2001), afirma que não é a imagem que produz o imaginário, mas que a existência do imaginário determina a existência de conjuntos de imagens. Logo podemos perceber a criação de imagens resultantes na fotografia e no cinema, como um imaginário não racional envolto na sociedade.

A imagem não é o suporte, mas o resultado. Refiro-me a todo tipo de imagens: cinematográficas, pictóricas, (...) o imaginário, mesmo que seja difícil defini-lo, apresenta claro, um elemento racional, ou razoável, mas também outros parâmetros, como o onírico, o lúdico, a fantasia, o imaginativo, o afetivo, o não racional, o irracional, os sonhos, enfim, as construções mentais potencializadoras das chamadas práticas. O não racional desejo de estar junto, o afetivo, o laço social, etc. O imaginário é, ao mesmo tempo, impalpável e real. (MAFFESOLI, 2001, p. 75)

Compreende-se, então, a fotografia, o cinema e a moda como relacionados e de extrema relevância para estudos científicos com o intuito de podermos apreender um conhecimento integrado e aprofundado deste fenômeno.

Revisão histórica da moda através das estrelas de cinema

A) A Fotografia, o cinema e a moda

Devido às experiências realizadas desde a antiguidade não se pode definir precisamente uma data para a invenção da fotografia. Porém, foi no final do século XIX que essas experiências resultaram devidamente no seu nascimento. Segundo Salles (2004), “acrescenta-se a isso um conjunto de cientistas em diversas épocas e lugares que aos poucos foram descobrindo as partes deste intrincado quebra-cabeças, que somente no final do séc. XIX foi inteiramente montado”.

Segundo Marra (2008), foi somente no ano de 1892, na revista parisiense denominada “La mode pratique”, que apareceu pela primeira vez a reprodução de uma fotografia, tornando-se o começo da difusão de massa do fenômeno da moda a partir de texto e imagem não totalmente elitista.

A “verdadeira” fotografia de moda passou a existir no último decênio do século XIX, quando o surgimento do procedimento da fotogravura permitiu imprimir sobre uma mesma página foto e texto. (MARRA, 2008, p.69)

O mundo passou a ser registrado através da fotografia, fonte transportadora da representação imagética de fragmentos isolados e originadores de ilustração da história humana, tornando perceptíveis as mudanças na moda. Para Marra (2008), “a própria ideia de mudança não existe fora da possibilidade do seu registro”. Ampliou os horizontes da arte, com a possibilidade da documentação do aparente e das aparências.

Microaspectos do mundo passaram a ser cada vez mais conhecidos através de sua representação. O mundo, a partir da alvorada do século XX, se viu, aos poucos substituído por sua imagem fotográfica. O mundo, tornou-se assim portátil e ilustrado. (KOSSOY, 2001 p.27)

Para Kossoy (2001, p.28), “É a fotografia um intrigante documento visual cujo conteúdo é um só tempo revelador de informações e detonador de emoções”. Desperta assim sentimento por seu conteúdo no observador, pertencendo ele ou não ao universo documentado.

Como uma invenção realizada pelos irmãos Lumière na busca do aperfeiçoamento da fotografia, o cinema surgiu no século XIX.

(...) o reconhecimento mundial pela invenção do cinema ficou com os irmãos Lumière que a 28 de dezembro de 1895, apresentaram em Paris, seu primeiro filme, “A Saída da Fábrica”, em um aparelho de possibilidade visual coletiva, que teve 35 espectadores. (LEMIESZEC, 1997 p.30)

Segundo Turner (1997), foram necessários quinze anos no século XX para que o filme narrativo se estabelecesse – tanto como produto comercial quanto para o status de “sétima arte”. Entretanto, na primeira metade do século XX, o cinema era o mais popular meio de cultura e o mais moderno meio de comunicação de massa.

A alta-costura surgiu na segunda metade do século XIX estabelecendo uma indústria de luxo consagrada com a frequente alteração na criação de modelos. Segundo Lipovestky (2005, p.43), “O costureiro era um artesão obscuro, agora é reconhecido como um artista sublime, um criador favorecido por uma notoriedade, um renome excepcional que resplandece em todo planeta”.

Para Turner (1997), o cinema é uma indústria de linguagens e de práticas sociais distintas. É possível identificar na sua narrativa, e significados, como a cultura dá sentido a si própria.

O desejo de assistir um filme (...) está relacionado com toda uma gama de desejos – moda, novidade, posse de ícones ou signos altamente valorizados pelas outras pessoas do mesmo grupo de interesses, de mesma classe social ou faixa etária. (TURNER, 1997, p.16)

Com essa valorização de signos de outros indivíduos, esse desejo por novidade, o cinema passou assim a influenciar a moda e o comportamento igualmente em todos os lugares. De acordo com Garcia, na década de 1920, a sociedade, freqüentadora dos cinematógrafos, copiava as roupas e as atitudes das atrizes, como Mary Pickford. Os vestidos se mostravam curtos e elegantes com braços e costas a mostra, os cabelos eram curtos e costumavam vir acompanhados de chapéus, o modelo mais comum era o *cloche*. Na boca usava-se o carmim, com olhos marcados e sobrancelha delineada.

Os anos trinta foram uma época de crise, os estilistas utilizaram materiais baratos nas suas criações. A atriz com a beleza ideal que aguçava o imaginário real era Greta Garbo, magra e sofisticada. Os vestidos se tornaram mais longos com as costas também a mostra.

Garcia nos mostra que na década de 1940 ocorreu a Segunda Guerra mundial, limitando a compra de tecidos e sua utilização na fabricação de roupas. Mesmo assim a moda sobreviveu e até o final da guerra o estilo era militar. As roupas ficaram mais sérias, resistentes e com corte reto. Foi a época do *ready-to-wear*², produção de roupas em grande quantidade e com qualidade.

Conforme Garcia, os anos cinquenta foram a época do glamour, com o lançamento do New Look de Christian Dior, quando até mesmo as mulheres de classe trabalhadora incorporaram a novidade. Para Barnard (2003, p.209), “Essas mulheres tomam um modelo originalmente produzido pelas classes dominantes, e que comunica esses valores de classes, e o incorporam ou dele se apropriam”.

Os acessórios eram luxuosos, como luvas e peles, os saltos altos e a cintura marcada. A maquiagem fez a indústria de cosméticos investir uma fortuna em publicidade. Os estilos de deusas eram diversificados na época, podia-se encontrar a sofisticação de Audrey Hepburn, a sensualidade de Rita Hayworth e Marilyn Monroe como a loira fatal.

Conforme dito por Garcia, nos anos sessenta ocorreu a grande mudança de comportamento, a contracultura, o *Rock 'n' Roll* de Elvis Presley e dos Beatles, astros como Marlon Brando e James Dean lideravam a moda rebelde. Os olhos tornaram-se o foco da maquiagem, cabelos longos e com franja. Houve uma explosão de juventude, e pela primeira vez o jovem teve sua própria moda.

Os figurinos usados nos filmes de cada década apresentavam exatamente a moda predominante das ruas. O espectador se identificava inconscientemente ou conscientemente atribuía à sua vida algo que o tornava mais próximo daquele imaginário. A fotografia documentou cada estrela em sua época, gerando um sentimento de nostalgia, despertando cobiça no observador, que deseja possuir para si a aparência da estrela de cinema imortalizada no papel.

B) A fotografia e o real

A fotografia é a representação do passado. Revela um tempo, um lugar agora inexistente. Ela captura um instante e o eterniza. Permite ao observador recriar sua própria história, como se tivesse participado daquele momento.

² Ready-to-wear é uma expressão americana que gerou a palavra em francês *Prêt-à-porter*.

Transformar o real em representação do real é o que parece convidar o instantâneo fotográfico àquele observador que tenta consolo através dele. Parece indicar que é o que lhe resta, já que o referente não mais existe a não ser como representação revelada. (KOURY, 1998, p. 72)

As estrelas de cinema foram eternizadas através da fotografia, em que acontece a representação de um real intangível, de beleza inexistente e imortal. Segundo Koury (1998, p. 73), "O consolo da fotografia é a eternização da vida - ou do vivido - fixada na revelação. É a morte colecionada e transformada em vida real." Logo, o observador acredita nas imagens vistas como sendo a realidade. Enquanto a beleza e juventude das atrizes desaparece, ele se apropria daquele instante que, no seu imaginário, é o único que existe. Desta forma, as imagens das divas foram fixadas através de determinadas fotografias que alteraram sua inserção no mundo, transformando-as em ícones de moda e beleza.

Para Marra (2008, p. 74), o mérito foi da fotogravura que inseriu na indústria cultural o sentimento da fotografia, universalizando o geralmente relacionado, até então, às práticas cotidianas.

A capacidade de certificar o real, e também o imaginário, desde sempre fez parte do patrimônio genético da fotografia, mas com a fotogravura a sua difusão de massa faz a fotografia o instrumento ideal para acessar a esfera da ilusão, e tornar concreto todo grande sonho coletivo: um dispositivo operacional indispensável para o desenvolvimento da moda. (MARRA, p. 72, 2008)

Assim sendo, a fotografia é um instrumento de divulgação massiva de sonhos. É através dela que as estrelas de cinema serão inseridas e fixadas no imaginário social. Transpõe o tempo e as classes, levando junto com ela a moda de cada época criando ícones e representando o real na história.

C) Fotografias históricas das estrelas

Na época de ouro dos grandes estúdios eram feitas as chamadas fotos de cena para a promoção dos filmes. Muitas das estrelas de cinema foram imortalizadas através destas fotografias, que viraram símbolos de uma era, principalmente na moda. Os fotógrafos das estrelas eram contratados pelos próprios estúdios, que enviavam gratuitamente seus trabalhos para jornais e revistas de todo o mundo, por esta razão não era necessário creditar os autores.

Recentemente, no National Portrait Gallery em Londres, aconteceu até final de Outubro de 2011, a exposição “Glamour of the God” com fotografias de estrelas do cinema do período entre 1920 e 1960. O acervo pertencia a John Kobal ator, jornalista e historiador de cinema, responsável pela identificação dos fotógrafos a serviço dos grandes estúdios de Hollywood. Foram expostas mais de 70 fotografias, entre elas autores como George Hurrell, John Engstead, Clarence Sinclair Bull e Ernest Bachrach. Com o intuito de remontar a atmosfera da era de ouro de Hollywood, mostrando retratos que marcaram a carreira de grandes estrelas, transformados em ícones da moda. Podemos perceber a força dessas imagens criadas há décadas atrás com seu respaldo nos dias atuais.

A moda fotografada é uma moda estabilizada, que se torna objeto, que permanece disponível nas revistas, nos catálogos, nos livros, podendo, enfim, como o ápice dessa nova condição de existência potencialmente ilimitada, ser também exposta nas galerias e nos museus. (MARRA, p.53, 2008)

Entre os fotógrafos da exposição encontrava-se Baron Adolf De Meyer, com um retrato de Mary Pickford no ano de 1920. De Meyer foi o responsável pela inauguração de uma das linhas fundamentais na história da fotografia de moda, a linha do imaginário. Segundo Marra (2008, p. 99), “(...) De Meyer começa a construir aquela que denominamos a "moda da fotografia", isto é, aquele mundo virtual que efetivamente não existe, senão no sonho materializado em imagem”. (IMAGEM 1)

O fotógrafo Cecil Beaton, também pintor, cenógrafo, estilista e figurinista, após a segunda Guerra Mundial trabalhou no cinema, recebendo três *Oscars* na sua carreira. Pelo figurino do musical *Gigi* (*Gigi*, 1958) com a atriz Leslie Caron, e pelo figurino e cenografia do filme *Minha bela Dama* (*My fair lady*, 1964) estrelado por Audrey Hepburn. De acordo com Marra (2008, p. 129), “(...) Cecil Beaton, o verdadeiro e grande herdeiro de Adolf de Meyer como o melhor interprete da linha do imaginário na metade do século XX”.

George Hurrell era propriamente um fotógrafo de Hollywood, contratado pelo Estúdio MGM, passando mais tarde para a Warner, fazia retratos de cada uma de suas estrelas. Fotografou divas como Jane Russel, Marlene Dietrich e Jean Harlow. (IMAGEM 2)

Robert Coburn foi autor da fotografia que imortalizou Rita Hayworth como *Gilda* (*Gilda*, 1946). O figurinista Jean Louis, indicado a estilista-chefe da Columbia Pictures em Hollywood no ano de 1943, criou para Rita Hayworth um vestido de noite sem alças que foi muito copiado. (O'hara, 1993, p.177) O vestido mexeu com o imaginário feminino e masculino. As mulheres copiavam o vestido e queriam ser Gilda, enquanto os homens a desejavam. (IMAGEM 3)

O astro Marlon Brando retratado por John Engstead no filme *Um bonde chamado desejo* (*A Street Named Desire*, 1950), se tornou símbolo de rebeldia eternamente absorvida por sua camiseta branca. (IMAGEM 4)

Richard Avedon foi consultor visual do filme *Cinderela em Paris* (Funny Face, 1956), inspirado na carreira do fotógrafo para a criação direta de um de seus personagens. Para Colker (2009), “Ele foi o mais potente produtor de elegância, brilho e glamour de todos os tempos; capaz de criar auras radiantes para retratos e glamour de êxtase para as páginas de moda”.

O figurino era criação do estilista Hubert de Givenchy, que tinha Audrey Hepburn como musa. Foi responsável também por outros figurinos clássicos da carreira da atriz, como *Sabrina* (1954) e *Bonequinha de Luxo* (1961). Para o imaginário social Audrey Hepburn era o exemplo de sofisticação e elegância. As mulheres usavam Givenchy e tomavam café em frente à Tiffany's & Co, para sentirem-se as próprias bonequinhas de luxo. (IMAGEM 5)

É possível considerar estas fotografias como documentos históricos, uma vez que nelas estão contidas informações que as tornam meios de conhecimento para observadores de outras épocas. Segundo KOSSOY, (2001, p.28), “(...) estejam eles próximos ou afastados do lugar e da época em que aquelas imagens tiveram origem. Desaparecidos os cenários, personagens, monumentos, sobrevivem por vezes os documentos”. Kossoy (2001, p.45), complementa, que toda fotografia é um resíduo do passado que nos oferece indícios quanto aos seus elementos constituintes. Também reúnem informações do espaço/tempo retratado. Isso torna as fotografias das estrelas, assim como os seus fotógrafos, fontes históricas que fazem parte da história da moda gerada a partir do cinema.

D) A fotografia, o cinema e a moda como símbolos nas representações sociais

Qualquer sociedade precisa de relações externas para a realização de trocas materiais com outras, suprir o que a outra não tem e receber o que não foi produzido. Como afirma Rodrigues (apud ROCHA, 1998, p.44), “As sociedades humanas não podem escapar a viabilizar materialmente suas relações de trocas intersocietárias”. Logo, o cinema e a fotografia podem ser visto como um meio de relação externa entre indivíduos de diferentes grupos e classes sociais.

Desta forma, considerando a moda como uma relação simbólica com indivíduos de outra classe, sendo que as comunidades humanas distinguem-se e identificam-se entre si, pode-se perceber a necessidade da troca de tendências nas representações sociais de cada grupo.

Não existem sociedades solitárias (...) assim como os homens convivem em sociedades, as sociedades coexistem, (...) As sociedades humanas requerem a existência de outras, até mesmo para saberem quem elas são, um jogo espetacular de identificação e auto-identificação, olhar para as outras sociedades e descobrir que temos nossa própria identidade, (...) que tece ao mesmo tempo como o semelhante e o diferente. (RODRIGUES, 1998, p.43).

São essas semelhanças e diferenças que ocasionam as relações simbólicas, gerando então as trocas nas representações sociais. O cinema, assim como as fotografias de suas atrizes, agrega valores e faz brotar em diferentes grupos o desejo de sociação e dissociação cultural a partir da moda.

O cinema e a fotografia criam e divulgam diferenças, exigindo a busca de assemelhação, produzindo o que deverá ser imitado. Gerando na moda símbolos de vestuário ligado ao estilo de vida ideal. De acordo com Bourdieu (2005), a divulgação da distinção dá conta inteiramente do funcionamento do sistema e das mudanças que o caracterizam.

Um estilo deve mudar quando já foi totalmente divulgado, uma vez que pretende ser um signo distintivo, não pode universalizar-se sem que perca a significação, o “valor” que deriva de sua posição num sistema e de sua oposição aos outros elementos do sistema. (BORDIEU, 2005, p.19)

Essa busca pela sociação e dissociação é feita através do cinema devido à sua renovação constante, caracterizando o status do perfeito estilo de vida. O valor que o cinema agrega no símbolo vestuário, sempre modificando e criando novas peças, destacando as atrizes, transformando-as em divas, gera, consequentemente, tendências nas ruas. Sempre atribuindo o valor necessário à moda, gerando sua significação.

Formação das estrelas de cinema como mito

A) A Relação entre Estrela e Espectador

Com o cinematógrafo, foram oferecidas ao século XX as estrelas de cinema. Que passaram a influenciar em escala global na moda e comportamento social.

Desde os anos 1910-1920 o cinema jamais deixou de fabricar estrelas, são elas que os cartazes publicitários exibem, são elas que atraem o público para as salas escuras, foram elas que permitiram recuperar a enfraquecida indústria do cinema nos anos 1950. Com as estrelas, a forma moda brilha com todo seu esplendor, a sedução está no ápice de sua magia. (LIPOVETSKY , 1989 apud PETERMANN, DEL VECCHIO, BONA, 2008, p.7)

Com a realização de um estudo histórico-social, percebe-se a aceleração do movimento de acesso das massas populares aos níveis psicológicos burgueses após 1930. No plano da vida afetiva, traduziram novas participações da individualidade, queriam viver os sonhos intensamente, incentivando uma nova necessidade, a de alimentar a alma com a beleza, de tornar um pouco daquele imaginário real em suas vidas.

Em 1930 o confeccionador Bernard Waldam teve a idéia de canalizar esta corrente lançando no seio do *Modern Merchandising Bureau as Screen Stars* e *Cinema Modes*, e desde então foi estandardizado e espalhado no mercado um vestuário inspirado em filmes que obtiveram êxito. (...) foram as estrelas de cinema que se colocaram na vanguarda das grandes correntes do vestuário, quebrando ou suavizando as normas vestimentárias. (MORIN, 1980, p.98)

Compreende-se o cinema como motivador do interesse social em relação à moda e indumentária, através da idealização mística da beleza composta nas telas e fotografias, podendo, então, as estrelas ditar a moda e o comportamento. Logo,

percebemos a ocorrência de uma circularidade em relação aos deuses e os mortais, a elite e os comuns.

É naturalmente que a estrela, arquétipo ideal, superior e original, orienta a moda. A moda é o que permite à elite diferenciar-se dos comuns, daí o seu movimento perpétuo, e é o que permite aos comuns assemelhar-se à elite, daí a sua difusão incessante. (MORIN, 1980, p.99)

As estrelas de cinema tornam-se mitos perante a sociedade, pois são fabricadas pelo cinema para serem a perfeita combinação do ideal com o cotidiano, o imaginário com o real. As estrelas são signos que não estão limitados a representação dos personagens. A moda dos mitos ultrapassam as telas e surgem nas ruas, o público dela se apropria. O espectador sonha tornar o ideal da estrela a sua realidade.

B) A divinização do ator

O sentido de mito proposto por Morin em “As estrelas de cinema”, de (1980), é particularmente importante para a compreensão da formação do ator como mito, conceitos relacionados neste trabalho e aplicados à influência do cinema e da fotografia na moda, através das estrelas de cinema.

Para Morin (1980), o mito é um conjunto de condutas e de situações imaginárias, construídos a partir da divinização do ator.

Um mito é um conjunto de condutas e de situações imaginárias. Estas condutas e estas situações podem ter por protagonistas sobre-humanas, heróis ou deuses; (...) Na vanguarda do homem, o herói é o mortal em processo de divinização. (...) Os heróis dos filmes são de forma evidentemente atenuada, heróis no sentido divinizador das mitologias. A estrela é o ator ou a atriz, que sorve uma parte da substância heróica, quer dizer divinizada e mítica, dos heróis de filme, e que reciprocamente, enriquece essa substância com o contributo que lhe é próprio. Quando se fala do mito da estrela trata-se, portanto em primeiro lugar do processo de divinização a que o ator de cinema é submetido e que faz dele ídolo das multidões. (1980, p.34-35)

Com relação ao ator de forma mítica a que Morin (1980) se refere no parágrafo acima citado, é importante destacar o processo para a divinização pelo qual é submetido para passar a ser visto como um mito.

A estrela possui a beleza ideal, glorificando seu personagem e unificando a beleza com a heroína imaginária ideal. Porém, a beleza natural não é o suficiente, com a produção da estrela feita nos mínimos detalhes, sua vestimenta, maquiagem, iluminação, penteado, comportamento, ocorre o processo de divinização. O espectador se apropria da essência e do corpo da estrela, passando a fazer parte da sua individualidade. Logo, nenhuma atriz será vista como realmente é, com suas imperfeições e vestimentas inadequadas, no imaginário real, não é admissível.

Lipovetsky (1989 apud PETERMANN, DEL VECCHIO, BONA, 2008), afirma que através da construção da superpersonalidade da estrela, o público é conquistado com a imagem ideal a ser consumida.

A estrela é uma imagem de personalidade construída a partir de um físico e de papéis feito sob medida, arquétipo de individualidade estável ou pouco cambiante que o público reencontra em todos os filmes. O *star system* fabrica a superpersonalidade que é a *griffe* ou a imagem de marca das divas da tela. (LIPOVETSKY, 1989 apud PETERMANN, DEL VECCHIO, BONA, 2008, p.8)

Feito então todo o processo de produção, ocorre uma supervalorização da estrela, tornando-a o ideal de adoração, desejada intimamente, e individualmente, por toda a sociedade. Gerando, assim, a influência da estrela sobre a sociedade no aspecto estético e comportamental.

O cinema e a moda como linguagem

A) Construindo Identidade Visual na Moda

Da mesma forma como são usadas individualmente por pessoas para construir sua identidade visual, são utilizadas também para construir a identidade visual de uma determinada época. Como afirma Barnard (2003, p.255) “moda e indumentária são os meios de produção em massa pelos quais o estilo individual é construído”. Podem ser vistas no decorrer da história cinematográfica, as transformações da moda e indumentária, construídas como identidade visual de cada década. O que torna a identidade individual, uma identidade coletiva consequente da produção em massa, comum a uma mesma sociedade.

Para Turner (1997, p.54), de acordo com a semiótica, o significado social é o produto das relações construídas entre signos. Logo, o signo pode ser definido como significante e significado. A roupa é um signo significante, a forma física. Signo significado é o conceito atribuído à roupa. Como por exemplo, a imagem de Marilyn Monroe com o vestido branco plissado no filme *O pecado mora ao lado (Gentlemen Prefer Blondes, 1953)*, passa o conceito de “Mulher Fatal”. O conceito atribuído à linguagem tem ligação direta com o imaginário.

A moda é uma linguagem capaz de realizar interação social, constituindo o indivíduo em um determinado grupo cultural. Pode-se dizer que a moda é uma grande construtora de realidade, através da comunicação dos sistemas de valores de cada cultura, definindo identidade.

Considerações Finais

Com este trabalho apresentamos uma revisão histórica do cinema, relacionando-o com a fotografia e a moda, que desde os primórdios da história destes veículos se faz presente. Foi possível perceber que o cinema hollywoodiano, assim como as fotografias de suas estrelas entre a década de 1920 e 1960, tiveram grande participação nas transformações da moda, na identidade visual e representações sociais daquela época, sendo percebidas até a atualidade.

Os figurinos usados nos filmes geraram a moda nas ruas de todo o mundo. O cinema e a fotografia sendo grandes veículos de comunicação de massa, mundialmente abrangente, influenciam a moda e o comportamento igualmente em todos os lugares, permitindo relações externas entre sociedades diferentes suprindo a necessidade da troca de tendências nas representações sociais.

Foi identificado também, a ocorrência da construção do imaginário social com a supervalorização da estrela como constituinte do ideal de beleza e de estilo de vida a ser consumido. A fotografia das estrelas como documento é responsável permanente nessa construção de emoções no imaginário social.

Referências

BARBOSA, Simone K. **Breve análise da história do cinema do século XX.** In Ecos Revista. Pelotas. V.12, Nº 1, janeiro – junho: Educat, 2008.

ModaPalavra E-periódico

BARNARD, Malcoml. **Moda e Comunicação**. Rio de janeiro: Rocco, 2003

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. 6^a. ed., São Paulo: Perspectiva, 2005.

COLKER, Flavio. **Retrato, Fotografia e Identidade**. <http://www.olhave.com.br/blog/wp-content/uploads/2009/12/Retrato-Fotografia-e-Identidade.pdf>. Acesso em: 24/08/2011

Exposição em Londres mostra era dourada de Hollywood. Disponível em: <http://ffw.com.br/noticias/exposicao-em-londres-mostra-era-dourada-de-hollywood/>. Acesso em: 11/09/2011

GARCIA, Claudia. **História da Moda**. Disponível em: http://almanaque.folha.uol.com.br/moda_index.htm. Acesso em: 04/06/2012

KOSSOY, Boris. **Fotografia e História**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001.

KOURY, Mauro Guilherme Pinheiro. **Relações imaginárias**: a fotografia e o real. In ACHUTTI, Luiz Eduardo Robinson (org.) *Ensaios sobre o fotográfico*. Porto Alegre: Unidade editorial de Porto Alegre, 1998.

LEMIESZEC, Cláudio L. Bagé Relatos de sua história. Martins Livreiro, 1997.

LIPOVETSKY, Gilles; ROUX, Elyette. **O Luxo Eterno**: Da Idade do Sagrado ao Tempo das Marcas. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

MAFFESOLI, Michel. **O imaginário é uma realidade**. In. Revista FAMECOS, Porto Alegre, nº 15, agosto, 2001.

MARRA, Claudio. **Nas sombras de um sonho**: História e linguagens da fotografia de moda. São Paulo: Editora Senac, 2008.

MORIN, Edgar. **As estrelas de cinema**. Lisboa: Livros Horizonte, 1980.

O'HARA, Georgina. **Enciclopédia da Moda**. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

PETERMANN, Sueli. DEL VECCHIO, Roberta. BONA, Rafael J. **A propaganda da moda no cinema**: Um olhar sobre as grifes em *O Diabo Veste Prada*, 2008. Disponível em:<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0053-1.pdf>>.

Acesso em: 30/10/2008

RODRIGUES, José C. Cultura e Ser Humano: Código e Simbolismo. In ROCHA, Everaldo (org). *Cultura e imaginário: Interpretação de filmes e pesquisa de idéias*. Rio de Janeiro: Mauad, 1998.

SALLES, Filipe. *Breve História da Fotografia*. 2004.

TURNER, Graeme. *Cinema como prática social*. São Paulo: Summus, 1997.³

Anexos

Imagen 1 - Mary Pickford, por Baron Adolf De Meyer (1920)



Fonte: http://www.npg.org.uk/glamour/glamour_handlist_new.pdf

³ Revisor do artigo: João Henrique Casara Borges (Doutorando em Linguística pela Universidade Católica do Rio Grande do Sul). E-mail: joao.borges@acad.pucrs.br.

Imagen 2 - Marlene Dietrich, por George Hurrell (1937)



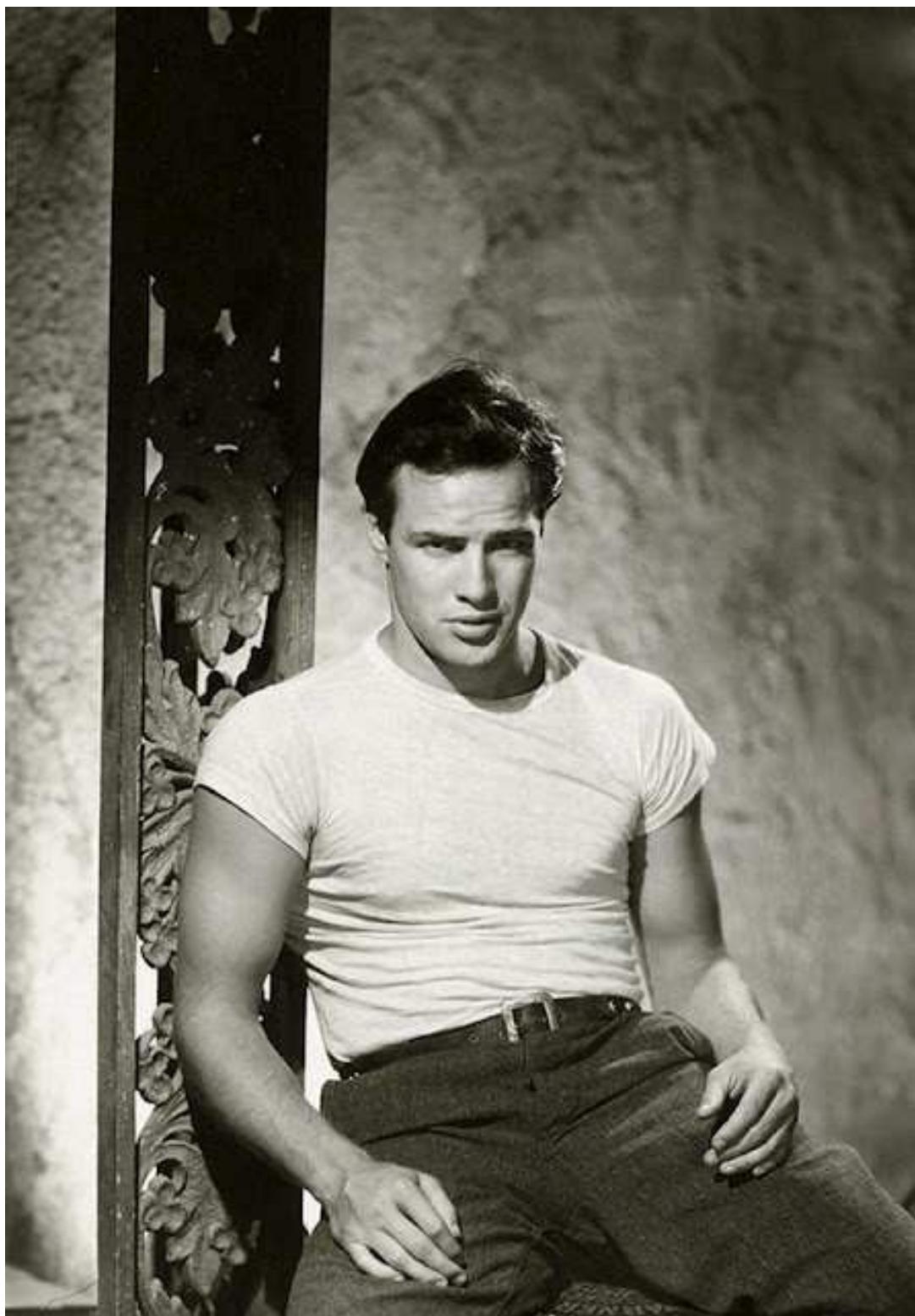
Fonte: <http://ffw.com.br/noticias/exposicao-em-londres-mostra-era-dourada-de-hollywood/>

Imagen 3 - Rita Hayworth, por Robert Coburn (*Gilda*, 1946)



Fonte: <http://www.npg.org.uk/glamour/1940s.htm>

Imagen 4 - Marlon Brando, por John Engstead (*A Street Named Desire*, 1950)



Fonte: <http://ffw.com.br/noticias/exposicao-em-londres-mostra-era-dourada-de-hollywood/>

Imagen 5 - Audrey Hepburn por Richard Avedon (*Funny Face*, 1956)



Fonte: <http://bijoux-esque.blogspot.com/2011/08/Richard-avedon.html#/2011/08/richard-avedon.html>