

GRACE CAMPOS COSTA

**ENTRE ALFINETES E BABADOS EM PRÊT-À-PORTER
(1994) DE ROBERT ALTMAN:**

UMA CRÍTICA À INDÚSTRIA DA MODA

UBERLÂNDIA – MG
2016

GRACE CAMPOS COSTA

**ENTRE ALFINETES E BABADOS EM PRÊT-À-PORTER
(1994) DE ROBERT ALTMAN:**

UMA CRÍTICA À INDÚSTRIA DA MODA

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal de Uberlândia, como exigência parcial para obtenção do título de Mestre em História.

Linha de Pesquisa: Linguagens, Estética e Hermenêutica.

Orientador: Prof. Dr. Alcides Freire Ramos

UBERLÂNDIA – MG
2016

GRACE CAMPOS COSTA

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema de Bibliotecas da UFU, MG, Brasil.

C837e Costa, Grace Campos, 1990-
2016 Entre alfinetes e babados em Prêt-à-Porter (1994) de Robert
Altman : uma crítica à indústria da moda / Grace Campos Costa. - 2016.
140 f. : il.

Orientador: Alcides Freire Ramos.
Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Uberlândia,
Programa de Pós-Graduação em História.
Inclui bibliografia.

1. História - Teses. 2. Moda no cinema - Teses. 3. Cinema e história
- Teses. 4. Altman, Robert, 1925-2006. Prêt-à-Porter - Crítica e
interpretação - Teses. I. Ramos, Alcides Freire. II. Universidade Federal
de Uberlândia. Programa de Pós-Graduação em História. III. Título.

CDU: 930

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Alcides Freire Ramos

Universidade Federal de Uberlândia (UFU)
(Orientador)

Prof.^a Dr.^a Rosangela Patriota

Universidade Federal de Uberlândia (UFU)

Prof. Dr. Julierme Sebastião Moraes Souza

Universidade Estadual de Goiás (UEG)

Dedico este trabalho à minha família

AGRADECIMENTOS

Fazer a dissertação não é uma tarefa fácil, mas gostaria de expressar toda a minha gratidão para aqueles que contribuíram – diretamente ou não – para os resultados deste trabalho.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Alcides Freire Ramos, por ter paciência comigo desde 2009. As nossas conversas foram muito proveitosas e a sua orientação foi essencial para o meu crescimento acadêmico. Muito obrigada pela oportunidade e pela confiança dada à mim.

À Prof^a. Dr^a. Rosangela Patriota Ramos por ser “madrinha” do meu tema de pesquisa, pela generosidade intelectual, pelas reuniões de núcleo e pelas críticas e sugestões realizadas através do meu exame de qualificação, bem como durante a minha trajetória no núcleo.

Ao Prof. Dr. Julierme Sebastião Moraes Souza por ter aceito participar da minha banca de dissertação. Acredito que suas contribuições serão salutares ao meu trabalho.

Pela leitura cuidadosa do relatório de qualificação e por suas sugestões acertadas, agradeço ao Profº Dr. Rodrigo de Freitas Costa.

À minha fiel companheira acadêmica, de “ciladas” e irmã Lays, que comprehende muito bem o sentimento de defender a dissertação. Muito obrigada por acreditar em mim quando eu tive momentos de insegurança.

Para a minha querida mãezinha que sempre acreditou no meu potencial acadêmico e não desgrudou de mim durante os momentos de dificuldade. À minha irmã Cinthia, que foi muito companheira e solícita comigo.

Aos meus avós maternos Elza e Zé da Panca, que não comprehendem a dimensão deste trabalho, mas que enchem a minha vida de alegria.

À monitora e colega de núcleo Talitta, que sempre me deu importantes sugestões e dicas no decorrer da dissertação. Também gostaria de agradecer à Carol, que mesmo estando ausente, sempre foi uma amiga querida.

As colegas de dissertação Cinthia e Cássia que compartilharam bons momentos comigo. Gostaria de agradecer aos futuros doutores Leilane, Rodrigo e Renan. Tenho um carinho especial por vocês.

Ao Prof. Felipe Aleixo, da UNESP, que fez a revisão gramatical do meu trabalho.

Por fim, não poderia deixar de mencionar ao Núcleo de Estudos em História Social da Arte e da Cultura – Nehac. Considero a minha segunda casa, na qual eu fui bem acolhida nos últimos sete anos. As viagens, as reuniões, aos colegas e os momentos vividos foram fundamentais para a minha transformação pessoal e intelectual.

Muito obrigada à todos.

SUMÁRIO

Resumo.....	pag. 08
Introdução.....	pag. 09
Capítulo 1 - Discussões entre moda e cinema.....	pag. 24
Capítulo 2 - A trajetória cinematográfica de Robert Altman e o mapeamento de <i>Prêt-à-Porter</i>	pag. 57
Capítulo 3 - A crítica e a estética da recepção em <i>Prêt-à-Porter</i>	pag.109
Considerações Finais -	pag. 126
Anexos de Imagens.....	pag. 129
Referências Bibliográficas.....	pag. 132

RESUMO

CAMPOS, GRACE CAMPOS. ENTRE ALFINETES E BABADOS EM *PRÊT-À-PORTER* (1994), DE ROBERT ALTMAN: UMA CRÍTICA À INDÚSTRIA DA MODA. 2016. 140F. DISSERTAÇÃO (HISTÓRIA SOCIAL) – PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA DO INSTITUTO DE HISTÓRIA, UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA, UBERLÂNDIA, 2016.

Esta dissertação tem por objetivo analisar o filme *Prêt-à-Porter* (1994), do cineasta norte-americano Robert Altman, a fim discutir a relação entre cinema, moda e história. O filme nos ajuda a pensar sobre a moda como centro da narrativa cinematográfica, bem como o envolvimento da sétima arte com a indústria fashion. Também é interessante analisar a filmografia do cineasta, bem como a sua participação com os grandes estúdios cinematográficos. Por fim, vamos analisar as críticas feitas sobre o filme, utilizando o conceito de estética da recepção.

PALAVRAS-CHAVES: PRÊT-À-PORTER - ROBERT ALTMAN -MODA/CINEMA –CRÍTICA – HISTÓRIA.

INTRODUÇÃO

Esta dissertação tem por objetivo mostrar alguns caminhos da pesquisa intitulada de *Entre alfinetes e babados em Prêt-à-Porter (1994) de Robert Altman: uma crítica ao universo da moda*.

Não foi fácil discorrer sobre o tema durante a confecção do trabalho, pois ainda existem preconceitos com o tema dentro da disciplina histórica. E não são apenas moda e história que nos interessa, mas sim a relação entre moda, cinema e história.

O filme do cineasta norte-americano Robert Altman lançado em 1994 é o nosso objeto de estudo. *Prêt-à-Porter* nos incita a uma série de questões que tentaremos desenvolver ao longo dos três capítulos, como o diálogo de moda e cinema, a carreira de Altman e como o filme foi recebido pelo público.

Adquirir o filme já foi uma grande dificuldade, uma vez que não existe a sua versão em DVD. Tivemos que pegar uma fita de VHS e converter para o DVD. Como consequência, a qualidade das imagens deixa a desejar bem como a ausência dos extras que acompanham o filme neste formato.

O filme foi escolhido justamente por trazer uma discussão pertinente não só sobre a dinâmica da moda, mas também por ser um dos primeiros filmes a fazer uma crítica ácida sobre este universo. Anteriormente, os filmes relacionados sobre a moda glamourizavam os grandes desfiles, o poder das marcas e geralmente, mostravam a transição de um determinado personagem, através da mudança da sua aparência.

O cineasta Robert Altman ficou conhecido pelo público por tratar, sob uma perspectiva crítica, importantes questões ao longo da sua filmografia, tais qual a política dos anos de 1970, a guerra do Vietnã, o casamento, a música country, o preconceito racial, os bastidores dos grandes estúdios cinematográficos, entre outros. Portanto, *Prêt-à-Porter* é uma análise, do qual o cineasta julga ser investigativo, sobre o mundo da moda.

Nos momentos iniciais da pesquisa a preocupação foi situar a moda dentro da história. Desde o século XIX, se reparar no cotidiano, é possível se informar e visualizar transformações sociais, econômicas e culturais através da composição indumentária¹. Assim, o vestuário é dotado de significações, evidenciando as mudanças sociais e

¹ O termo composição indumentária fornece uma condição de vestimenta enquanto uma comunicação não verbal dos indivíduos ou grupo, de modo que nos informa uma determinada condição de mundo.

estéticas do tempo, sem deixar de lado as transformações políticas. Deste modo, a moda é um reflexo da sociedade.

Temos que compreender dois momentos importantes para a moda. O primeiro deles é o da alta-costura, predominante desde o final do século XIX até os anos de 1960. O berço da alta-costura vem da capital francesa, que dita a moda para o restante do mundo, se transformando em patrimônio, assunto de interesse nacional. As roupas criadas eram únicas, feita especialmente para o cliente. O segundo é a consolidação do prêt-à-porter, ou seja, a roupa feita em larga escala e de boa qualidade, assinada por um estilista²

Entretanto, com o início da Segunda Guerra Mundial, onde os inimigos alemães ocuparam o território francês, a Alta Costura perde a sua importância, uma vez que a existência de outra guerra mundial representa a escassez de mão de obra e principalmente, de matéria-prima³.

O tecido já não pode ser utilizado com grande fartura e abundância, como outrora, mas agora são reutilizadas as suas sobras, substituídos por materiais mais baratos e com a intenção de não desperdiçar tecidos para a confecção de roupas. Em 1941, o racionamento de tecidos ficou ainda mais grave, com a criação do “Cartão do Vestuário”, uma espécie de cupom, que determinava qual a quantidade de roupas o francês poderia consumir.

Não obstante, as regras impostas pelo governo francês durante a guerra se tornaram mais rígidas, fiscalizando o uso excessivo da metragem dos tecidos ou de

In: GONÇALVES, Denise Oliveira. **Avesso e direito: movimento hippie e mercado cultural da moda.** Dissertação de Mestrado. Uberlândia, 2007.

² GRUMBACH, Didier. *Histórias da Moda*. São Paulo: Cosac Naify, 2009, p. 229-267.

³ A título de curiosidade em relação ao racionamento de tecidos durante a Segunda Guerra Mundial podemos citar como exemplo o caso da meia calça, que aflorou o senso de criatividade das mulheres. O uso da seda estava temporariamente proibido e por isso, uma das alternativas, era desenhar a sedas em suas pernas, através das tintas, para obter a impressão de que elas realmente estavam vestindo meia-calça. In: POLLINI, Denise. **Breve História da Moda**. Editora Claridade, São Paulo, 2007/ Coleção Saber de Tudo, p. 58.

pregas e botões, transformando a confecção de roupas sem a exuberância da alta-costura e promovendo a simplicidade dos materiais e do corte.

Como salienta a autora Denise Pollini, na obra *Breve história da moda*, a guerra faz com que novos materiais – mais baratos e com mais praticidade – sejam colocados no lugar de tecidos caros:

Em setembro de 1939, a Alemanha invadiu a Polônia e, no mesmo ano, a Grã-Bretanha e a França declararam Guerra à Alemanha e aos países do eixo. Em junho de 1940, as forças alemãs ocuparam Paris quando foi assinado um armistício e implementado o governo que ficaria conhecido como “Governo de Vichy”. A partir de 1941, praticamente todos os gêneros alimentícios passavam por racionamento. De acordo com o tratado de armistício, a França deveria oferecer matérias-primas para a fabricação do vestuário, sapatos e acessórios do exército. Assim, grande parte do fornecimento de matérias primas era destinado às necessidades de guerra, gerando uma escassez que não poderia deixar de influenciar a moda: a lã era destinada à produção uniformes; a seda e o nylon, à produção de pára-quedas; e o couro, à produção de botas e acessórios para os soldados.⁴

A autora Dinah Pezzolo também revela a importância de novas matérias-primas para a indústria da moda:

Entre as fibras químicas e sintéticas, o náilon, desenvolvido em 1935 e utilizado na fabricação de paraquedas durante a Segunda Guerra, popularizou-se nos vestuários, em especial nas meias. Outros tecidos sintéticos surgiram e contribuíram para o progresso do mundo da moda: acrílico, poliéster e elastano (Lycra) desbravam o caminho para o seus contemporâneos, como o Tactel e microfibras.⁵

A partir destas citações ficam claras que a noção de moda estava mudando e a Segunda Guerra Mundial foi um fator preponderante. A princípio, ela reutilizou material dos objetos usados na guerra para a confecção de roupas e posteriormente, tais

⁴ POLLINI, Denise. **Breve História da Moda**. Editora Claridade, São Paulo, 2007/ Coleção Saber de Tudo, p. 57-58.

⁵ PEZZOLO, Dinah Bueno. *Por dentro da moda: definições e experiências*. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2009, p. 24.

materiais vão adentrar nessa produção têxtil, causando o barateamento do produto e a democratização dos preços.

Vale ressaltar que não foi apenas a Segunda Guerra Mundial que reconfigurou a dinâmica da moda. A Primeira Guerra Mundial (1914-1918) também influenciou a maneira de se vestir desta época⁶. Nos anos de 1920, logo após o seu término, houve uma celebração da vida e o uso de roupas mais leves, em especial a indumentária feminina.

Por causa da Primeira Guerra, muitas mulheres começaram a trabalhar para suprir a mão-de-obra masculina escassa, que estava participando da Guerra. Trabalhos antes desempenhados por homens, agora eram dirigidas pelo sexo oposto, o que renovou a sua postura e vestimenta, dando maior liberdade aos movimentos femininos. Se antes os quadris, os seios e a cintura eram evidenciados, neste momento as cintas entraram em voga para deixar os corpos femininos retos, sem salientar tais partes do corpo.

Com o fim da Segunda Grande Guerra, os grandes estilistas parisienses tentam correr contra o tempo para se restabelecer novamente como o centro da alta-costura francesa, impondo as suas noções de moda e comportamento para o restante do Ocidente. Nas palavras da historiadora Mara Rubia Sant'anna - Muller, *terminada a Guerra, em 1945, e restituída a liberdade em território francês, uma grande empreitada nacional foi acionada, visando a reconquista dos mercados internacionais da Haute-couture (alta-costura)*⁷.

É importante considerar que a guerra proporcionou a moda francesa uma tentativa de resistência e afirmação de identidade, através da preservação da alta-costura parisiense. Neste aspecto, a moda vai para além da ideia de frivolidade e assunto

⁶ BOUCHER, François. **As modas de 1915 a 1964**. In: História do Vestuário no Ocidente. Tradução de André Telles. São Paulo: Cosac & Naif, 2012, p. 397 – 412.

⁷ SANT'ANNA – MULLER, Mara Rúbia. **Prêt-à-porter, discussões em torno do seu surgimento e relação com a alta costura francesa**. In: Projética Revista Científica de Design. Universidade Federal de Londrina, Vol. 2, nº 2, Dezembro de 2011. p. 115. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/projetica/article/viewFile/8856/9267>

tipicamente elitista, para se firmar enquanto uma questão nacional, que envolvia até debates e ações políticas e econômicas daquela época. O bom gosto e a elegância deveriam ser preservados mesmo com as dificuldades ocasionadas pela Segunda Guerra Mundial.

Um meio de comunicação que ressurge com grande força, com o intuito de revitalizar a importância da alta-costura, são as revistas de moda, como a Elle e Vogue, destinadas ao público feminino e difusora das novas tendências ditadas pelos grandes estilistas franceses. Outro difusor da moda é o cinema, que lança parcerias entre grandes atrizes e estilistas, cujos modelos usados em cena são copiados pelo público, além de colocar em evidência determinada marca. Assim, os meios de comunicação tiveram um papel de suma importância para informar ao público sobre o que estava sendo criado e utilizado.

Mesmo com a intenção de recuperar a indústria do luxo pelos trabalhadores da alta-costura, para se manter como a grande capital da moda, onde *editoriais, reportagens e artigos encontrados no Magazine Elle ofereceram um campo discursivo intenso no qual a defesa de uma “nova” Haute-Couture francesa se fazia evidente*⁸, o uso de peças exclusivas já não era mais viável com a ascensão das grandes redes de departamento. A alta-costura já não demonstrava força para competir dentro de um mercado tão amplo e diversificado, resultando assim, no final dos anos de 1940 em poucos vendas e acúmulo de dívidas.

A sua clientela, segundo as revistas de moda que publicavam matérias sobre a inviabilidade das grandes *maisons* de alta-costura, ficava restrita a uma pequena parte da elite francesa e estrangeira. Sua renda era retirada, na maioria das vezes, em lojas de departamento norte-americanas que compravam a sua licença para reproduzir suas peças em larga escala.

Alguns países como Espanha e Itália também desenvolviam suas indústrias do luxo, suprindo a clientela da alta-costura do seu país, sem precisar exportar roupas da

⁸ SANT'ANNA – MULLER, MARA RUBIA. **Prêt-à-porter, discussões em torno do seu surgimento e relação com a alta costura francesa.** In: Projética Revista Científica de Design. Universidade Federal de Londrina, Vol. 2, nº 2, Dezembro de 2011. p. 115.

França, uma vez que o número de pessoas que desfrutavam dessas mercadorias era bastante limitado.

No final dos anos 40, os vestidos feitos pela alta-costura encontravam-se um valor trinta vezes maior do que o preço das décadas anteriores, posto que o salário não havia aumentado nessas proporções. Em um estudo mais acurado sobre famílias que compravam esses tipos de produtos, a Mara Rubia Sant'anna-Muller nos revela informações importantes:

Na análise do perfil da clientela, a matéria [da Elle Magazine] julgava que os clientes franceses eram os mesmos de antes, ou seja, pessoas de posses, provindas “das grandes indústrias, grandes bancos, diplomacia e atrizes”. Acrescentava neste diagnóstico um exemplo da redução dos negócios através do caso das compras feitas pela família Rothschild, cuja matriarca, em 1939, comprou seis trajes e, em 1951, havia comprado apenas dois. E assim concluía: “Qual que seja o seu orçamento, a cliente de 1951 gasta proporcionalmente menos para se vestir que aquela de 1939”. Segundo a revista, principalmente, devia ser ponderado que a cliente de 1951 preferia comprar e manter um carro exclusivo de luxo, fazer belas viagens, dar-se uma máquina de lavar ou um refrigerador, do que dispensar tanto por sua elegância. (SANT'ANNA – MULLER, 2011: 115)

Deste modo, a elite passava por uma transformação do modo como gastava os seus bens, uma vez que preferiam optar por uma compra de um imóvel ou fazer uma viagem, do que investir em um vestido, ainda que este lhe mostrasse status, já que poucas pessoas poderiam comprá-lo.

Quem conhecia a dinâmica que as grandes *maisons* estavam passando em tal período fazia um apelo para que o governo francês apoiasse a manutenção da alta-costura, posto que os vestidos fossem considerados mais do que roupas, e sim como uma expressão artística nacional que deveriam ser preservada.

Os argumentos se estendiam até mesmo para o turismo: quem visitava Paris não estava à procura apenas de belas paisagens, mas também do império luxuoso da alta-costura. Em linhas gerais, proteger este setor significava aumentar o número de estrangeiros no país.

A solução era aumentar a produção com um gasto menor de tempo, baratear os produtos e transferir a Maison para uma boutique, onde a clientela, mais ampliada, poderia ver a variedade de produtos de boa qualidade, com lojas abertas diariamente. Era necessário criar alguns tamanhos padronizados, a fim de evitar o desperdício e fáceis de readaptar no corpo da cliente. A racionalização da produção, que outrora esbordava excessos e desperdícios, deveriam ser materializados se não quisesse perder espaço para as grandes indústrias têxteis norte-americanas. Para saldar as dívidas e não perder seu posto para as grandes lojas era necessário se ater as mudanças:

As indústrias se viram obrigadas a acompanhar essa evolução. Para inovar, algumas passaram a trabalhar em conjunto com departamentos de criação e modelistas, a quem cabia elaborar duas coleções anuais; outras, mais conservadoras, insistiam na fabricação dos mesmos artigos de outrora, e acabaram por fechar as portas.⁹

Neste período, na França, surgem os primeiros consultores de moda, função até então dominada exclusivamente por mulheres. Seu papel consistia em ser catalisadora das tendências e novidades, informando as empresas sobre o que produzir em série, com maior possibilidade de lucro.

Outro impacto que o fim da Segunda Guerra provocou na sociedade foi a alta taxa de natalidade, período chamado de *baby boom*¹⁰, cujo número de nascimento de crianças se multiplicam nos anos de 1945 até 1965. Ou seja, quase 10% da população mundial em 1965 era composta por pessoas com menos de vinte anos de idade¹¹.

⁹ PEZZOLO, Dinah Bueno. **Por dentro da moda: definições e experiências**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2009, p. 26.

¹⁰ Este conceito surge logo após a Segunda Guerra Mundial nos Estados Unidos. O número crescente de nascimentos tem a sua causa relacionada com o fim da guerra e consequentemente a volta dos soldados para a casa. Posteriormente esses bebês serão os responsáveis pelas manifestações artísticas e culturais dos anos 60, bem como a redefinição do consumo juvenil. In: SAVAGE, Jon. **A criação da juventude – como o conceito de teenage revolucionou o século XX**. Tradução de Talita M. Rodrigues. Rio de Janeiro: Rocco, 2009, p. 491.

¹¹ BOUCHER, François. **As modas dos anos 1960 a 1980**. In **As modas no fim do século**. In: História do vestuário no Ocidente. Tradução de André Telles. São Paulo: Cosac & Naif, 2012, p. 413 –425.

Agora enquanto uma categoria à parte, o mercado precisa criar novos produtos para esta faixa etária, cuja noção de juventude está atrelada ao estilo de vida. A calça jeans, a jaqueta de couro e a informalidade ao se vestir mostra a tentativa de se desvincilar das convenções e regras impostas pelos adultos. O historiador Eric Hobsbawm enuncia sobre o poder da juventude perante o mercado de consumo:

O surgimento do adolescente como ator consciente de si mesmo era cada vez mais reconhecido, entusiasticamente, pelos fabricantes de bens de consumo, às vezes com menos boa vontade pelos mais velhos, à medida que viam expandir-se o espaço entre os que estavam dispostos a aceitar o rótulo de “criança” e os que insistiam no de “adulto”.¹²

Apesar do conflito entre gerações e até mesmo entre a determinação da faixa-etária, o mercado de consumo, assim como o mercado de entretenimento soube aproveitar do crescimento do espaço juvenil para tornar rentáveis os seus negócios, utilizando amplamente da publicidade destinada a tal público.

Se compararmos a tradicional moda da alta-costura, nos anos 60, parece soar antiquado, cujas roupas precisam ser cada vez mais arrojadas. A juventude substituiu o sofisticado pela originalidade e descontração. O vestido oriundo da alta-costura ficou restrito, muitas vezes, para certas ocasiões, como uma festa de gala.

Se a nova elite não fazia mais questão de se trajar como as elites de outrora, o jovem não queria se parecer com os seus pais, e sim diversificar os costumes e moda que estavam em voga até então.

As mulheres, que poucas décadas antes, se viam envoltas nos looks luxuosos da alta-costura, que as enfeitavam como verdadeiras bonecas conquistavam paulatinamente alguns direitos trabalhistas e sociais. As calças jeans eram vestidas por ambos os sexos.

A moda padronizada se distanciava das roupas tradicionais que delimitavam a hierarquia social, uma vez que *os trajes antigos são substituídos por roupas em uso do*

¹²HOBSBAWM, Eric. **A era dos extremos: o breve século XX: 1914-1991**. Tradução de Marcos Santarrita. São Paulo: Companhia das Letras, 1995, p. 457.

resto do mundo fabricadas segundo modelos padronizados, muito menos caras. O mercado do vestuário conhecerá um novo campo de expansão¹³.

Ela se torna acessível devido a sua fabricação em série permite que as roupas sofram oscilações em seus preços, com o uso de máquinas industriais que produz roupas em série por um tempo mínimo. O prêt-à-porter encontra o seu lugar nas vitrines das lojas, cujas roupas são desenhadas por jovens estilistas.

Entretanto, não podemos falar que a alta-costura deixou de existir em detrimento da moda padronizada e mais acessível. Ela manterá o seu prestígio para a clientela mais nobre que tem condições de pagar por um traje feito sob encomenda.

Este processo, marcado por intensas transformações sociais, evidencia que a moda é dotada de relações históricas e que pauta a sua mudança, no campo de disputas entre o tradicional e o moderno, a alta costura francesa e a padronização das roupas propostas pelos norte-americanos.

Deste modo, deve-se compreender a moda através do seu contexto histórico. O historiador Fernand Braudel, desde a década de 1950, aponta a legitimidade e a importância dos seus estudos acerca da moda:

Será a moda verdadeiramente uma coisa fútil? Ou, como pensamos um, sinal que testemunha profundamente uma sociedade, uma economia, uma civilização? Os seus impulsos, as suas potencialidades, as suas reivindicações, a sua alegria de viver?¹⁴ (BRAUDEL, 1995: 292)

Com o movimento historiográfico denominado de Nova História, alguns novos objetos foram estudados, entre eles a moda se relacionando com a cultura material e a sociedade. Entrando em caminhos interdisciplinares, como a geografia e a sociologia, Braudel¹⁵ lança um estudo acurado sobre o mediterrâneo. A fim de verificar as

¹³BOUCHER, François. **As modas dos anos 1960 a 1980.** In **As modas no fim do século.** In: **História do vestuário no Ocidente.** Tradução de André Telles. São Paulo: Cosac & Naif, 2012, p. 414.

¹⁴BRAUDEL, Fernand. **O supérfluo e o costumeiro: o habitat, o vestuário e a moda.** In: **Civilização material, economia e capitalismo dos séculos XV e XVIII.** Tradução de Telma Costa. São Paulo: Martins Fontes, 1995, p. 292.

transformações sociais, Braudel se preocupa em investigar o desenvolvimento dos trajes com as noções do “novo”.

Outra pesquisa importante dentro do campo historiográfico é a importância que Luiz Felipe de Alencastro¹⁶ confere as roupas usadas na Corte e os costumes do período imperial, uma vez que o vestuário implica em certos gestos políticos.

O historiador Gilberto Freire¹⁷ também se debruça ao falar das roupas femininas bem como do comportamento masculino do Brasil durante o século XIX. Neste trabalho, a moda e os modos como sinônimos de prosperidade social. Além disso, dá a devida importância ao toque nacionalista sobre o assunto, que era fortemente influenciado pelas tendências estrangeiras.

Sob o viés da modernidade, consumo e imagem, a historiadora Mara Rúbia Sant’Anna¹⁸, faz um balanço teórico através dos assuntos elencados, onde o novo se faz por meio da aparência, a fim de contrastar com o outro

O trabalho de dissertação de Denise Oliveira Gonçalves¹⁹ se refere ao movimento hippie da década de 1960 sob a égide da “contracultura” e como ela se transformou em um produto massificado pelo mercado cultural, esvaziando o seu sentido contestatório original.

Dentro das ciências humanas não podemos ignorar o trabalho da filósofa Gilda de Mello e Souza²⁰, uma das pioneiras do estudo sobre moda, com a obra *O espírito das roupas*, fruto da sua tese de doutorado. A moda é analisada como uma linguagem não verbal de distinção social e sexual, um instrumento de comunicação social.

¹⁶ ALENCASTRO, Luiz Filipe de. **“Vida privada e ordem privada no Império”**. In: História da vida privada no Brasil. Vol.2. São Paulo: Companhia das Letras, 1998, p. 12-93.

¹⁷ FREYRE, Gilberto. **Modos de homens e modas de mulher**. São Paulo: Global Editora, 2009.

¹⁸ SANT’ANNA, Mara Rúbia. **Teoria de Moda: sociedade, imagem e consumo**. 2º Ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009.

¹⁹ GONÇALVES, Denise Oliveira. **Avesso e direito: movimento hippie e mercado cultural da moda. Dissertação de Mestrado**. Uberlândia, 2007.

²⁰ Cabe ressaltar que *O espírito das roupas* foi publicado mais de três décadas depois da sua tese, defendida em 1950, onde estudar moda ainda era considerado um assunto de menor valor dentro das ciências humanas. In: SOUZA, Gilda de Mello e. **O espírito das roupas: A moda no século XIX**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

Tratando a moda como um fenômeno oriundo da modernidade, o sociólogo Gilles Lipovetsky²¹ defende que a ideia do efêmero, da ânsia pela novidade pertence as sociedades contemporâneas, uma vez que no período antigo e medieval ainda predominava o valor da permanência.

Atribuindo moda ao estado de arte, o jovem pensador norueguês Lars Svardsen²² publica o livro *Moda: uma filosofia*, onde defende a ideia de que a moda não é levada à categoria de arte, pois existe a ausência da crítica, diferente do que acontece com o cinema, música e afins.

Sobre o filme *Prêt-à-Porter* existem poucas bibliografias discorrendo sobre o tema. Uma delas é um trabalho de Dissertação de Mestrado do curso de Comunicação da Universidade Tuiuti do Paraná defendida por Elizabeth Baptista Bittar²³. Juntamente com o filme *O Diabo veste Prada* (2006), ela analisa esta obra e o filme de Altman através da sua narrativa cômica que constrói uma representação do luxo e da moda, sob o viés da teoria filosófica.

Da mesma universidade, temos o trabalho de Fabiana Rodrigues²⁴ que realiza um estudo mais acurado sobre moda e cinema na década de 1990, utilizando *Prêt-à-Porter* como ponto de partida para tratar a questão do nu feminino. Trabalho semelhante foi feito pela jornalista norte-americana Stela Bruzzi²⁵ dedica um capítulo do seu livro para tratar da nudez do filme e como a alta costura é tratada pela sétima arte, pautadas por questões de gênero e sexualidade.

²¹ LIPOVESTSK, Gilles. **O império do efêmero: a moda e o seu destino nas sociedades modernas.**

Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia de Bolso, 2009.

²² SVARDSEN, Lars. **Moda: Uma filosofia.** Tradução de Maria Luíza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

²³ BITTAR, Elizabeth Baptista. **A moda está no cinema: a verossimilhança nos discursos de Prêt-à-Porter e O Diabo veste Prada.** Dissertação de Mestrado. Curitiba, 2011.

²⁴ RODRIGUES, Fabiana. **Simulação, Carvalização, Moda: Prêt-à-Porter?** Dissertação de Mestrado. Curitiba, 2010.

²⁵ BRUZZI, Stella. **Cinema and Haut Couture: Sabrina to Pretty Woman, Trop Belle Pour Toi!, Prêt-à-porter.** In: *Undressing Cinema: clothing and identity in the movies*. London: Routledge, 1997. Edição E-book.

Existem alguns importantes estudos sobre Robert Altman no meio acadêmico. Podemos destacar a tese publicada do historiador Flávio Vilas Boas-Trovão, intitulado *O exército inútil de Robert Altman – cinema e política*²⁶, que nos traz importantes reflexões sobre o filme e o contexto sócio político dos Estados Unidos na década de 1980.

Já o trabalho de dissertação de Solange de Almeida Grossi²⁷ se debruça sobre o filme *Short Cuts – Cenas da vida* (1992), buscando compreender através do filme os processos de virtualização e fragmentação da realidade. O pesquisador Elder Tanaka²⁸ também faz um importante trabalho de dissertação sobre o filme *Kansas City* (1996), abarcando questões pertinentes ao jazz, a indústria cultural e cenário político ambientado no filme e da produção.

Com este breve levantamento de algumas obras bibliográficas, desenvolvemos três capítulos sobre o assunto. O capítulo I: *Discussões entre moda e cinema* tem por objetivo investigar a importância que o cinema tem para a moda e vice-versa. Começamos com o primórdio do cinema, bem como os grandes ícones da sétima arte, as parcerias entre estilista e atores/cineastas até chegar ao ponto principal do nosso objeto: quando a moda se torna centro da narrativa cinematográfica.

No Capítulo II: *A trajetória cinematográfica de Robert Altman e o mapeamento de Prêt-à-Porter*, procura compreender os passos do cineasta que já era conhecido do público quando laçou o filme, bem como a ousadia de fazer filmes críticos e contestatórios dentro da grande indústria cinematográfica hollywoodiana. No segundo

²⁶ TROVÃO, Flávio Vilas-Bôas. **O Exército Inútil de Robert Altman: Cinema e política.** São Paulo: Anadearco Editora, 2012.

²⁷ GROSSI, Solange de Almeida. **Short Cuts de Robert Altman: atalhos para as formas de ilusão contemporâneas.** 2007. Dissertação (Mestrado em Letras) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. Universidade Federal de São Paulo, São Paulo, 2007

²⁸ TANACA, Elder Koei Itikawa. **Jazz, indústria cultural e política em Kansas City, de Robert Altman.** 2010. 129 f. Dissertação (Mestrado em Letras) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. Universidade Federal de São Paulo, São Paulo, 2010

momento, uma análise do filme *Prêt-à-Porter* se torna um elemento obrigatório para compreender a trama e analisar os temas que a película discorre.

Por fim, no *Capítulo III: A crítica e a estética da recepção em Prêt-à-Porter* pretende trabalhar com autores como Iser, Hauss, Regina Zilberman e Lars Svardsen para iniciar uma discussão sobre os significados que a recepção de uma obra causa em seu leitor. Para isso, precisamos fazer um levantamento crítico que diz respeito a obra estudada, através de jornais e revistas.

CAPÍTULO I

DISCUSSÕES ENTRE MODA E CINEMA

Filmar é a chance de viver muitas vidas

Robert Altman

Para que o universo da moda alcance o grande público, é preciso que sempre haja uma forte parceria entre ela e os diversos meios midiáticos existentes. No século XIX, por exemplo, os jornais já mostravam algumas ilustrações sobre a vestimenta e, posteriormente, revistas específicas sobre o assunto começaram a surgir, com várias ilustrações e conselhos sobre o que deveria ser usado ou não.

Nesse sentido, sobre os meios de comunicação, oriundos no século XIX, Leo Charney destaca a importância do cinema diante de outras invenções do período:

A “modernidade”, como expressão de mudanças na chamada experiência subjetiva ou como uma fórmula abreviada para amplas transformações sociais, econômicas e culturais, tem sido em geral compreendida por meio da história de algumas invenções talismânicas: o telégrafo e o telefone, a estrada de ferro e o automóvel, a fotografia e o cinema. Desses emblemas da modernidade, nenhum personificou e ao mesmo tempo transcendeu esse período inicial com mais sucesso do que o cinema.²⁹

Como pontua o sociólogo Zygmunt Bauman, a característica dessa modernidade seria a sua fluidez, a sua volatilidade, de incertezas eseguranças, que dão espaço para o consumo, ao gozo individual. De acordo com o autor, até mesmo as relações sociais são descartáveis – e a sociedade é ávida pelo consumismo, onde o “comprar” se transforma em uma atividade semelhante ao ritual de exorcismo:

Ainda que possa ser algo mais, o comprar compulsivo é também um ritual feito à luz do dia para exorcizar as horrendas aparições da incerteza e da insegurança que assombram as noites. É de fato um ritual diário: os exorcismos precisam ser repetidos diariamente, porque quase nada é posto nas prateleiras de um supermercado sem um carimbo como “melhor consumir antes de”, e porque o tipo de certeza à venda nas lojas pouco adianta para cortar as raízes da insegurança, que foram o que levou o comprador a visitar as lojas. O

²⁹ CHARNEY, Leo; SCHWARTZ, Vanessa R. (Orgs.). **O cinema e a invenção da vida moderna**. São Paulo: Cosac Naif, 2004, p. 17.

que importa, porém, e permite que o jogo continue – não obstante a falta de perspectivas –, é a maravilhosa qualidade de exorcismos: eles são eficazes e satisfatórios não tanto porque afugentam os fantasmas (o que raramente fazem), mas pelo próprio fato de serem realizados.³⁰

Um fator atestado pelo próprio sociólogo que contribuiu para o aumento do consumo são os meios de comunicação, sobretudo com a evolução das novas técnicas midiáticas, oriundas da modernidade. Não podemos ignorar o impacto que os meios de comunicação de massa exercem sobre a imaginação popular e individual, cuja “vida desejada tende a ser a vida vista na TV”.³¹

Assim, o cinema torna-se um instrumento para veicular não só o espetáculo, a representação, a distração e a efemeridade, como também o principal fator de nosso estudo: o consumismo. Com isso, os artistas passaram a mostrar, nos filmes, o vestuário que estaria na moda. Vale dizer que cinema e moda já têm um elo em comum: exercem grande influência na modernidade contemporânea. Mas de que forma essas duas áreas dialogam? Quando e como o cinema se transformou em uma vitrine que exibe um determinado comportamento ou estilo de vida? De que forma as estrelas de Hollywood contribuem para esse processo? Em que momento a moda começa a ser discutida nas telas de cinema?

Em 1994, Robert Altman lançou o filme *Prêt-à-Porter*, cuja trama se passa na semana de moda parisiense, com diversos personagens que permeiam o ambiente do mundo da moda: estilistas, modelos, editores de grandes revistas, repórteres e fotógrafos. Diferentemente de outrora, Altman faz uma análise crítica sobre esse universo efêmero que encontra sintonia com a década de 1990. Se antes os filmes enfatizavam o *glamour* e a beleza das roupas, dos desfiles e dos bastidores dos grandes eventos do ramo, com *Prêt-à-Porter*, o cineasta desconstrói a noção de perfeição tão difundida pela mídia.

Não se pode ignorar o cenário em que a obra do cineasta foi lançada. No início dos anos 1990, iniciou-se um movimento não tradicional da beleza e da moda. A imagem de modelos vistas deusas bem vestidas e bem maquiadas, ostentando roupas

³⁰ BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2001, p. 107.

³¹ Ibidem, p. 108

luxuosas, foi substituída pelo estilo minimalista de modelos magricelas e de "cara limpa" que desfilavam nas passarelas e estampavam as capas das revistas. Para a jornalista Maureen Callahan, os anos de 1990 elevaram a importância da moda:

Com a chegada da última década do milênio, não haveria expressão maior das revoluções cultural, econômica e social por vir do que a moda. O que o rock and roll foi para os anos de 1950, as drogas, para os anos de 1960, os filmes, para os anos 1970, e a arte moderna, para os anos 1980, a moda foi para os anos de 1990: o estopim e, depois, o filtro.³²

Os elementos descritos pela jornalista de acordo com as décadas muito têm a ver com aquilo que os jovens tinham como "válvulas de escape": música, cinema e drogas. A moda acompanhou essas décadas e começou a ter como alvo principal o público juvenil. Com isso, alguns estilos que surgiram nas ruas foram para as passarelas, como o movimento *hippie* e o *punk*. Assim, na segunda metade do século XX, os jovens começaram a ditar, indiretamente, o que poderia ser usado.

Em 1990, houve uma reaproximação do mundo da moda com os adolescentes. As modelos amazônicas cederam espaço para figuras juvenis e subversivas. Podemos citar como exemplo o movimento *grunge*³³, que caminhava na contramão do *glamour* da década anterior, mas que se tornou um negócio rentável para a indústria da moda.

Além disso, a moda ganhou espaço em um novo meio midiático: a internet, em que as informações circulam com mais rapidez, criando novas formas de *design* e outras maneiras de se comunicar. Os desfiles de moda transformam-se, então, em espetáculos

³² CALALAHAN, Mauren. **Champagne supernovas**: Kate Moss, Marc Jacobs, Alexander McQueen e os rebeldes dos anos 1990 que reinventaram a moda. Tradução de Maryanne Linz. Rio de Janeiro: Fábrica 231, 2015, p. 17.

³³ Moletom, camisa de flanela, gorro e coturno eram típicas peças de roupas da classe trabalhadora de Seattle nos anos de 1990. Paulatinamente, o "não visual" começa a aparecer nas ruas, se opondo aos exageros e refinamentos encontrados nas lojas de grife. O então jovem estilista Marc Jacobs lançou uma coleção baseada no estilo *grunge* no verão de 1993. Contudo, não durou uma temporada, posto que um dos difusores deste estilo, Kurt Cobain (vocalista da banda de rock Nirvana) se suicidou no ano seguinte. Alguns elementos das roupas *grunges* ainda aparecem nas passarelas e nas lojas de departamento. In: REED, Paula. **50 ícones que inspiraram a moda – 1990**. São Paulo: Publifolha, 2014, p. 45.

teatrais, e os estilistas promoveram coleções com roupas que causavam impacto nas telas, além de criar produtos de forma cada vez mais rápida, uma vez que as tendências passaram a ser extremamente passageiras.

Assim, a moda não se concentrou apenas em empresas familiares, e, sim, em conglomerados internacionais. Foi nesse processo que Robert Altman confeccionou *Prêt-à-Porter*. A ideia de fazer um filme sobre esse universo surgiu em 1985, depois de acompanhar sua esposa a um desfile de moda na capital francesa. Altman é ácido ao falar do tema, que retrata o falso luxo e a fugacidade da moda. Nele, o cinema transforma-se em uma vitrine para as tendências fashionistas. Num primeiro momento, as estrelas do cinema são um sonho de consumo para o público: desde o seu estilo de vida até as roupas que usam em cena. Posteriormente, fica claro que a parceria entre atrizes e estilistas nas telas é lucrativa. Os trajes utilizados são copiados pelos espectadores. Por fim, o universo da moda transforma-se parte da narrativa, tema condutor do filme, que passa a ser questionado, criticado e desconstruído. Esse é o objetivo de *Prêt-à-Porter*.

Os tópicos a seguir mostram essas transições, não como rupturas definitivas, mas como algumas mudanças que podem ser observadas por meio de alguns filmes, sejam os que têm o figurino notável, sejam aqueles que propõem um debate sobre o assunto.

1.1 Os primórdios do cinema e as estrelas que marcaram época

Como dissemos, uma das maiores invenções oriundas do período moderno foi o cinema. Amplas transformações ocorreram no campo social, econômico e cultural, de modo que o cinema se transformou em um meio de representação, espetáculo, variedade, distração, entretenimento e consumismo.

Com o desenvolvimento da cidade, onde ocorreu a circulação de pessoas e mercadorias, houve um aumento no capitalismo industrial. Os avanços tecnológicos, por sua vez, propagaram a excitação visual e sensorial feita para atrair a “sociedade de massa” que acompanhou a vida moderna.

Em meados do século XIX, a figura do *flâneur*³⁴ tornou-se presente na cidade, andando pelas ruas atento às informações e distrações que o cercavam. Com a rapidez e a movimentação da vida urbana, a efemeridade da sétima arte condiz com o momento da modernidade, que tem fascínio pelo visual. Além disso, o espectador era tratado como consumidor. Como bem pontua o filósofo Gilles Lipovetsky, o espectador/consumidor, desde o século XIX, é induzido a ter novas necessidades de adquirir algo novo:

A lógica organizacional instalada na esfera das aparências na metade do século XIX difundiu-se, com efeito, para todas as esferas de bem de consumo: por toda parte são instâncias burocráticas especializadas que definem os objetos e as necessidades; por toda parte impõe-se a lógica da renovação precipitada, da diversificação e da estilização dos modelos. [...] A ordem burocrático-estética comanda a economia do consumo agora reorganizada pela sedução e pelo desuso acelerado.³⁵

O cinema alia-se, então, a outros meios de comunicação (como os catálogos de venda, revistas e jornais) como um instrumento com teor publicitário, uma vez que seduzia o espectador pela transmissão de imagens. Despertava, especialmente no público jovem, sonhos e identificações com os personagens:

Durante a década de 1900, os jovens da Europa e da América adotaram novos símbolos de independência para si. Alguns vinham do então existente mercado juvenil para as revistas e livros, enquanto outros eram retirados da mídia de massa em rápida expansão. O novo foco americano na juventude coincidiu com o crescimento da psicologia comercial e da indústria cinematográfica. Os filmes encontraram o seu primeiro mercado entre os adolescentes, que, segundo Stanley Hall, compunham um terço de toda a população americana. O seu entusiasmo fez deles cobaias involuntárias para a emergente sociedade de consumo.³⁶

³⁴ Palavra de origem francesa que é atribuída às pessoas que andam descompromissadas e sem pressa pelas ruas da cidade. In: CHARNEY, Leo; SCHWARTZ, Vanessa R. (Orgs.). **O cinema e a invenção da vida moderna**. São Paulo: Cosac & Naif, 2004, p. 22.

³⁵ LIPOVETSKY, Gilles. A moda consumada. In: _____. **O império do efêmero**: a moda e o seu destino nas sociedades modernas. Tradução de Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2009, p. 148.

³⁶ SAVAGE, Jon. **A criação da juventude**: como o conceito de teenage revolucionou o século XX. Tradução de Talita M. Rodrigues. Rio de Janeiro: Rocco, 2009, p. 131.

Nota-se que o público juvenil ainda estava conquistando o âmbito social, e os meios de comunicação enxergaram a importância de dialogar com essa faixa etária, ainda que motivados por interesses lucrativos.

Nos anos iniciais do cinema mudo, um dos elementos que mais chamavam a atenção do espectador eram as roupas que os atores utilizavam na película, uma vez que elas diziam muito sobre a história do personagem em questão. O figurino era uma linguagem não verbal que cativava o público.

Apesar da ideia de que, nos primórdios do cinema, não havia muita preocupação com o figurino, em que muitos atores vestiam suas próprias roupas, existiam profissionais que pensavam em estabelecer uma narrativa entre o figurino e o personagem para compor uma história. A própria imagem da estrela de cinema ficava por conta dos grandes estúdios cinematográficos.

Algumas atrizes destacaram-se nesse período pelo visual, como a atriz dinamarquesa Theda Bara, que adotava uma estética *vamp*³⁷, fruto da sua personagem no filme *Escravo de uma Paixão* (1915). A maquiagem carregada, que até então era remetida a cortesãs, fez sucesso com o público feminino.

Outro figurino que chamou a atenção do público foi de Louise Brooks em *A caixa de Pandora* (1929). Louise interpreta uma mulher sedutora chamada Lulu, que hipnotiza e prejudica todos os homens que se interessam por ela. As roupas usadas eram típicas da década de 1920: vestidos retos, saias *midis* e suéteres. O corte de cabelo *chanel* e os olhos bem esfumaçados compõem o visual que seria copiado pelos fãs.

O filme girava em torno da atriz principal: “o conteúdo, a direção e a publicidade dos filmes gravitam ao redor da estrela. O *star system* é, desde então, o coração da indústria cinematográfica”.³⁸

³⁷ *Vamp* vem da noção de vampiresco, de *femme fatale*, de uma mulher que usa os seus encantos sexuais como arma e sedução. In: FINAMORE, Michelle Tolini. **Hollywood before glamour: fashion in american silent film**. Palgrave Macmillan, 2013.

³⁸ MORIN, Edgar. **As estrelas**: mito e sedução no cinema. Tradução de Luciano Trigo. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989, p 8.

A preocupação com a aparência física aumentou, principalmente entre as mulheres que usavam alguns artifícios para ficar mais atraentes. Além disso, o período entreguerras fez com que a burguesia usasse roupas mais leves, além de expor mais a silhueta em público:

As roupas se encurtam e as meias valorizam as pernas. Os tecidos mais macios revelam discretamente as linhas do corpo. A aparência física passa a depender mais do próprio corpo, e portanto é preciso cuidar dele. [...] Os cuidados com a beleza, a maquiagem, o batom já não são apanágio das coquetes e mulheres fáceis: agora são maneiras honestas de valorizar os próprios encantos.³⁹

A moda e o comportamento feminino ganharam revistas especializadas para orientar o seu público, e o cinema começou a lançar cada vez mais tendências, servindo de inspiração para as mulheres. É válido notar que o cinema emana diversas sensações para o seu público, entre elas a ideia do real. Dessa forma, ocorre uma identificação entre o espectador com determinado personagem em cena. A pesquisadora Gisele Gubernikoff explica sobre os sentidos da indústria cinematográfica que atuam sobre o espectador:

A linguagem cinematográfica, apoiada numa série de codificações para a produção de significados (montagem em continuidade, enquadramento, etc.), e que envolvem constantemente o espectador, transformando-os em consumidores passíveis, identificando-os com o protagonista da ação. Todo o operacional cinematográfico juntamente com a ficção ajuda a reforçar essa identificação. Com a verossimilhança ao mundo real daquilo que é projetado na tela, suspende-se a incredibilidade. Aquilo que se vê passa a ser a “verdade”, independente de ser ou não documental. Mesmo o documentário, há uma manipulação do real.⁴⁰

Assim, o cinema transmite várias mensagens ao público, dentre elas a publicitária. Existe uma aproximação maior entre a estrela de cinema e o espectador, posto que a sua vida pessoal se transforma em alvo de curiosidade daqueles que a assistem. O cuidado com o figurino começa a ser um fator preponderante para a

³⁹ PROST, Antoine. Fronteiras e espaço do privado. In: ARIÈS, Philippe; DUBY, Georges. **História da vida privada**, 5: da Primeira Guerra aos nossos dias. São Paulo: Companhia de Bolso, 2009, p. 83-84.

⁴⁰ GUBERNIKOFF, Gisele. O aparato cinematográfico. **Revista Veredas**, Juiz de Fora, n. 3, p. 178, 2004.

constituição de um filme, de modo que se tem uma parceria entre alguns renomados estilistas com atores e diretores, conforme veremos no próximo tópico.

1.2 A relação próxima entre estilistas, estrelas de cinema e grandes filmes

Lançado em 1931, o filme *Redimida*, de Clarice Brown, narra as aventuras românticas da *socialite* nova-iorquina Letty Lynton, interpretada por Joan Crawford. À época, seu vestido branco com babados na manga vendeu cerca de 50.000 cópias nas lojas de departamento Macy's⁴¹. O responsável pelo figurino foi Gilbert Adrian⁴², contratado pela MGM na década de 1920.

Não foi só com o figurino caprichado que o filme *Redimida* chamou a atenção no mundo da moda. O cabelo da personagem Letty, com o corte *chanel* e ondulado, também foi copiado pelo público feminino, dando os créditos ao cabeleireiro Sidney Guillaroff, que, após o filme, trabalhou com outras atrizes hollywoodianas.

O sociólogo Gilles Lipovetsky fala sobre o poder que as grandes estrelas de cinema exerciam sobre o público e, consequentemente, no consumo:

Se a cultura de massa está imersa na moda é também porque gravita em torno de figuras de charme com sucesso prodigioso, que impulsionavam adorações e paixonites estremas: estrelas e ídolos. Desde os anos 1910-20, o cinema jamais deixou de fabricar estrelas,

⁴¹ FARAH, Alexandra. **1001 filmes para quem ama moda**. FilmFashion, 2014.

⁴² Cabe ressaltar aqui uma breve biografia do figurinista e estilista Gilbert Adrian, tido como um dos pioneiros do figurino do cinema norte-americano. Gilbert começou a trabalhar em teatros da Broadway e foi descoberto por Rudolfo Valentino para assumir as vestimentas do filme mudo *Noite de Núpcias*, de 1924. Com o reconhecimento, em 1928, ele partiu para projetos maiores, como o figurino de Greta Garbo em *Mata Hari*, de 1931. Suas roupas acompanhavam a evolução das personagens ao longo da trama. Foi responsável pela febre dos sapatinhos vermelhos usados por Judy Garland no filme *O mágico de Oz*, em 1939. Três anos depois, decide abrir sua própria marca, lançando modelos para o grande público, com roupas inspiradas em grandes estrelas de cinema, mas com materiais mais acessíveis. Seu estilo de vestir as personagens o ajuda, uma vez que ele adotava um estilo mais voltado para o padrão norte-americano que as donas de casa almejavam do que seguir os moldes da alta-modas parisiense. In: PIAZZA, Arianna; WHITERMAN, Vivian. **Coleção Folha Moda**. São Paulo: Folha de São Paulo, 2015, p. 23-25. v. 1.

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 de 1950. Com as estrelas, a forma moda brilha com todo o seu esplendor, a sedução está no ápice da sua magia.⁴³

Como pontua Lipovestky, o sociólogo Edgar Morin também reconhece a importância da estrela do cinema para salvar a sétima arte, que estava em declínio por causa da televisão, bem como em virtude da situação socioeconômica do espectador norte-americano:

A melhoria das condições materiais de existência, as conquistas sociais, por mais restritas que tenham sido (férias pagas, redução da jornada de trabalho), as novas necessidades e as novas formas de lazer tornaram cada vez mais presente uma reivindicação fundamental: o desejo que cada um tem de viver a sua vida, isto é, viver seus sonhos e sonhar a vida. [...] Dessa forma, o aburguesamento do imaginário cinematográfico corresponde ao aburguesamento da psicologia popular.⁴⁴

Uma das ideias defendidas por Zygmunt Bauman é que, para aumentar as vendas, os consumidores precisam de um exemplo de autoridade. E as celebridades desempenham com sucesso essa função, de forma que a “autoridade da pessoa que compartilha sua história de vida pode fazer com que os espectadores observem o exemplo com atenção [...].”⁴⁵

Sob esse prisma, era indiscutível a influência que o cinema e os atores tinham sobre a indumentária. Cada estrela possuía uma personalidade, que era explicitada por meio de sua aparência, o que cativava um determinado tipo de público.

Até então, o lugar em que se ditavam as principais novidades sobre o que deveria ser vestido e copiado era Paris. Com o advento do cinema, o monopólio da

⁴³ LIPOVETSKY, Gilles. *A moda consumada*. In: _____. **O império do efêmero**: a moda e o seu destino nas sociedades modernas. Tradução de Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2009, p. 248.

⁴⁴ MORIN, Edgar. **As estrelas**: mito e sedução no cinema. Tradução de Luciano Trigo. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989, p. 12.

⁴⁵ BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2001, p. 88.

capital francesa sobre da elegância das vestimentas foi dividido pelas indústrias cinematográficas, especialmente dos grandes estúdios hollywoodianos.

O papel do figurinista⁴⁶ começou a ter importância para a elaboração de um filme em meados da década de 1930. Era necessário um figurino que correspondesse ao contexto histórico do filme e do personagem⁴⁷, que fosse coerente com a narrativa filmica.

A jornalista norte-americana Stella Bruzzi dá-nos um exemplo de como o figurino no cinema se tornou importante nos grandes estúdios:

Couture's involvement with the cinema has an elaborate and fragmented history. From 1931 when Sam Goldwyn offered Coco Chanel one million dollars to design for MGM, high fashion has been brought in to a production to contribute a quality which eludes even the most prolific and proficient costume designers: the glamour of name.⁴⁸

⁴⁶ No presente trabalho, não vamos entrar nas discussões entre moda e cinema brasileiro. O papel do figurinista só começa a ter destaque no cinema nacional com o surgimento do estúdio Vera Cruz, na década de 1950. Anteriormente, muitos atores tinham total controle sobre o visual utilizado em cena, bem como o aproveitamento do cenógrafo como figurinista. Geralmente, o figurino que o personagem utilizava nas telas era de grifes importadas. Entretanto, existiam parcerias entre estilistas conhecidos com filmes, como Ocimar Versolato para a personagem Tieta (Sônia Braga) em *Tieta do Agreste* (1996) e Dener Pamplona para o filme *Moral em Concordata* (1959). HEFFNER, Hernani. O figurino no cinema brasileiro antigo. In: FARAH, Alexandra. 1001 filmes para quem ama moda. FilmFashion, 2014.

⁴⁷ Cabe ressaltar que no ano de 1948 o Oscar lançou duas categorias referentes ao figurino: melhor figurino colorido e melhor figurino preto-e-branco. Somente em 1967, o Oscar adotou apenas uma categoria, a de melhor figurino. In: FARAH, Alexandra. 1001 filmes para quem ama moda. FilmFashion, 2014.

⁴⁸ “O envolvimento do cinema com a moda tem uma história elaborada e fragmentada. Em 1931, quando Sam Goldwyn ofereceu um milhão de dólares para Coco Chanel ser a figurinista da MGM, a alta moda passou a apresentar uma qualidade que escapava até mesmo dos figurinistas mais prolíficos e proficientes: o *glamour* do nome.” In: BRUZZI, Stella. **Undressing Cinema**: clothing and identity in the movies. London: Routledge, 1997. Tradução livre.

O exorbitante salário de Coco Chanel fez com que ela salvasse a sua grande *maison* na França, posto que os estilistas da alta-costura encontravam poucos clientes dispostos a pagar tão caro por uma peça de roupa após a Grande Depressão.

Em seu primeiro filme como estilista⁴⁹, o aclamado *Esta Noite ou Nunca*, Coco indispôs-se com a atriz principal do filme, Gloria Swanson, pois o estilo minimalista de Chanel não era compatível com o que estavam acostumadas as estrelas de cinema da década de 1930.

Gloria Swanson interpretava Nella Vago, uma diva da ópera que acredita que a sua frieza será o fim da carreira, até ter uma paixão avassaladora. A primeira ordem de Chanel à atriz foi que emagrecesse. Gloria não só não perdeu peso, como também engravidou. Foram utilizadas faixas e cintas para disfarçar a gravidez. Suas roupas seguiam a mesma linha das roupas vestidas pela estilista francesa: colares de pérolas, pijamas de seda, *tailleur* com camisa branca, além de ter o mesmo corte de cabelo que Chanel.

Infelizmente, a trajetória de Chanel nos filmes hollywoodianos, além de curta, não causou furor no mundo da moda. Ela apenas seria reconhecida pelos filmes franceses que participara como estilista, permanecendo fiel ao estilo sombrio e minimalista.

Chanel ficou conhecida por ser a primeira estilista a aceitar vestir personagens para as telas do cinema. Isso nos remete a uma reflexão: existe diferença entre figurinista e estilista? As duas profissões exercem o mesmo papel? Essa é uma dúvida que precisa ser esclarecida.

São profissões distintas e têm intenções diferentes, apesar de vestirem pessoas. O estilista capta uma tendência e exibe-a na passarela, além de sugerir uma possível

⁴⁹ Posteriormente, Coco Chanel também fez o figurino dos seguintes filmes: *O Homem de Outro Mundo* (1931) e *Cortesãs Modernas* (1932), seu último filme em contrato com a MGM. Participou da elaboração dos figurinos de filmes franceses, como *Cais das Sombras* (1938), *La Marsellaise* (1938), *A Regra do Jogo* (1939) e *Ano Passado em Marienbad* (1961). In: FARAH, Alexandra. **1001 filmes para quem ama moda**. FilmFashion, 2014.

mudança no comportamento. Nas palavras da jornalista de moda, Glória Kalil, o papel do estilista está relacionado a prever aquilo que será adotado:

Esta é a função de um estilista: conseguir antecipar os desejos de uma sociedade e expressá-los antes mesmo que esses desejos sejam claros e reconhecidos por essa mesma sociedade. O estilista com gênio e talento sabe que as pessoas vão querer usar muito antes que elas próprias o saibam⁵⁰. Ele antecipa e identifica uma época.⁵¹

O figurinista, por sua vez, veste apenas uma pessoa ou um grupo específico. Sua função é estudar a individualidade do personagem, levando em consideração a época retratada, a condição social e outras qualidades atribuídas por tal pessoa. Aqui, a criatividade é minimizada, a fim de compor a identidade do personagem.

É muito comum que a roupa feita apenas para a constituição do ator em cena se transforme em moda, pois pode haver uma identificação do espectador com a figura construída ou até mesmo com a influência que o ator ou a atriz exercem sobre o público. Daí a importância que o cinema tem sobre a moda e vice-versa, cujo ponto de convergência está em lidar com os desejos e o imaginário da pessoa que assiste ao filme.

A estilista italiana Elsa Schiaparelli, que assinou os figurinos dos filmes *Pigmalião* (1938) e a primeira versão cinematográfica de *Moulin Rouge* (1952), afirmou que “as roupas de Hollywood usadas hoje serão vestidas amanhã”⁵². Nesse sentido, podemos elencar inúmeros exemplos, como o vestido de babados, já citado, em *Redimida* ou o vestido sem alça da cor violeta usado por Elizabeth Taylor no filme *Um Lugar ao Sol* (1952). Esses vestidos saíram das telas de cinema para as vitrines das lojas, sendo reproduzidos em larga escala.

⁵⁰ Nem sempre o estilista antecipa as novidades da moda para o público. Muitos estilos começaram das ruas para as passarelas, como as roupas dos *hippies* ou dos *punks*. Assim, na segunda metade do século XX, os jovens começaram a ditar indiretamente o que poderia ser usado.

⁵¹ KALLIL, Glória. Roupa X Figurino. In: FARAH, Alexandra. **101 filmes para quem ama moda**. FilmFashion, 2014.

⁵² BRUZZI, Stella. **Undressing Cinema: clothing and identity in the movies**. London: Routledge, 1997.

Sobre essa influência que a sétima arte e os artistas tinham sobre a moda, Stella Bruzzi comenta:

Cinema, and particularly Hollywood, had a similar relationship with its (largely female) audience in the 1930s, 1940s and 1950s, when spectators swiftly emulated and adopted the styles worn by their favourite film stars in their latest films⁵³.

Essa relação existente entre cinema e moda convoca grandes estúdios e cineastas a lançar parcerias de renomados estilistas com as suas obras e com os atores que as protagonizam. Foi o que ocorreu com a famosa estilista e figurinista Edith Head, contratada pela Paramount Pictures. As atrizes mais conhecidas da época, como Ginger Rogers, Shirley MacLaine, Barbara Stanwyck, Elizabeth Taylor e Natalie Wood, exigiam trabalhar com ela.

Sua relação com as estrelas de cinema se dava também fora das telas, pois “sempre que uma estrela ou a mulher de um executivo importante precisasse de um vestido emprestado para ir a uma pré-estreia ou a uma festa, Edith cedia algo com prazer”⁵⁴. Sua criação nos filmes (bem como as de outros estilistas que trabalhavam como figurinistas) tinha a preocupação de montar um visual que não se tornasse rapidamente obsoleto.

Outra parceria marcante aconteceu entre o estilista francês Hubert de Givenchy e a atriz Audrey Hepburn. Apesar de Givenchy ter cedido os seus vestidos para o filme *Sabrina* (1954), foi Edith Head que levou os créditos das peças usadas por Hepburn, ganhando o Oscar de Melhor Figurino.

Na produção, *Sabrina* é a filha de um *chofer* apaixonada pelo filho do patrão de seu pai. Sem traquejos da alta sociedade, ela vai estudar em Paris e volta como uma sofisticada mulher, despertando a paixão do *playboy* e do seu irmão. Era uma releitura contemporânea da história da Cinderela.

⁵³ “Cinema e, particularmente, Hollywood tinham uma relação semelhante (em especial com o sexo feminino) com a sua audiência nas décadas de 1930, 1940 e 1950, quando os espectadores rapidamente puderam adotar o estilo adotado pelas suas estrelas favoritas de cinemas nos filmes mais recentes”. In: *Ibidem*.

⁵⁴ REED, Paula. **50 ícones que inspiraram a moda – 1950**. São Paulo: Publifolha, p. 59.

Vale dizer que, à época, os padrões hollywoodianos eram de loiras curvilíneas, como Marilyn Monroe; no entanto, a esguia Audrey Hepburn chamou atenção no seu primeiro filme como protagonista *A Princesa e o Pebleu*, de 1957. Edith Head, responsável pelo figurino desse filme, tentou esconder as imperfeições da atriz, como o pescoço comprido, busto pequeno e quadril estreito. O decote do vestido preto de lacinhas usado pela atriz ficou mais conhecido como “o decote Sabrina”, do filme de mesmo nome, que tentava disfarçar os ossinhos salientes do ombro de Audrey

O renomado *designer* de sapatos Salvatore Ferragamo⁵⁵ também contribuiu para levar o luxo ao filme, uma vez que criou as sapatilhas estilo bailarina para Sabrina, cujo modelo ficou conhecido como *Sabrina Heel's* (salto da Sabrina)⁵⁶

A segunda parceria entre a jovem atriz com o estilista francês aconteceu em *Cinderela em Paris* (1957), filme que retratava a indústria da moda. Hepburn encarnou a jovem Jo Stockton, moça comum que se transforma em uma modelo quando vai a Paris. Nesse filme, dirigido por Stanley Donen, Givenchy recebeu o roteiro antecipadamente e criou *looks* exclusivos para as cenas de sessão de fotos e do desfile final. O visual *beatnik* usado pela atriz, com malha de gola alta e calça cigarrete na cor preta, foi um grande sucesso na época.

Ambos os filmes de Audrey Hepburn tinham em comum a transformação de uma simples moça em uma referência de estilo e elegância, além da parceria entre Hubert de Givenchy e Edith Head, onde a última era responsável pelas roupas antes da

⁵⁵ Na década de 1950, Salvatore Ferragamo despontou na Itália com os seus sapatos luxuosos. A indústria cinematográfica italiana, a Cinecittà, atraiu estrelas de calibre internacional para as lojas de Ferragamo. Tinha como clientes a atriz Greta Garbo e a duquesa de Windsor. A sapatilha bailarina usada por Audrey Hepburn em *Sabrina* pertence à coleção clássica da marca. In: REED, Paula. **50 ícones que inspiraram a moda – 1950**. São Paulo: Publifolha, 2010, p. 36.

⁵⁶ LIMA, Danieli da Cunha. **Nas telas e passarelas** – cinema e moda, uma análise do filme *Sabrina* (1954). Passo Fundo: Faculdade de Artes e Comunicação da Universidade de Passo Fundo, 2013, p. 42. (Monografia de Graduação).

transformação e o estilista francês elaborava os vestidos depois das transformações vividas pelos personagens⁵⁷.

A parceria entre ela e o estilista francês – ainda pouco conhecido – ficou marcada pela fidelidade da atriz, que exigia que os figurinos fossem assinados apenas por Givenchy, após o sucesso de *Sabrina* e *Cinderela em Paris*:

Desde *Cinderela em Paris*, de 1957, os contratos de Audrey continham uma cláusula padrão não negociável que estipulava que Givenchy desenharia os figurinos dela. Tudo o mais em seus filmes, da direção de arte à montagem, seria realizado por quem o estúdio ou diretor determinasse para realizar suas ordens, mas esse único ponto crucial ficava na jurisdição de Audrey Hepburn⁵⁸.

Cinderela em Paris também contou com a participação do renomado fotógrafo internacional Richard Avedon, que é creditado no filme como *designer* gráfico. Ele trabalhou em grandes editoriais de moda para as revistas *Bazaar* e *Vogue* e serviu de inspiração para um dos personagens do filme:

Quando o diretor Stanley Donen saiu à procura de inspiração para o fotógrafo de moda elegante interpretado por Fred Astaire em *Cinderela em Paris*, não precisou procurar mais ninguém depois de conhecer Richard Avedon, o “garoto propaganda” da profissão em uma década em que os fotógrafos eram tão famosos quanto estrelas do rock.⁵⁹

No mesmo ano, Givenchy assumiu sozinho o figurino de um novo filme estrelado por Audrey Hepburn, chamado *Amor na Tarde*. Também ambientado na capital francesa, a comédia romântica, dirigida por Billy Wilder, narra a história da jovem violinista Ariane, que encanta o velho *playboy* Frank (Gary Cooper).

⁵⁷ BRUZZI, Stella. Cinema and Haut Couture: *Sabrina* to *Pretty Woman*, *Trop Belle Pour Toi!*, *Prêt-à-porter*. In: _____. **Undressing Cinema**: clothing and identity in the movies. London: Routledge, 1997.

⁵⁸ WASSON, Sam. **Quinta Avenida, 5 da manhã**: Audrey Hepburn, Bonequinha de Luxo e o surgimento da mulher moderna. Tradução de José Rubens Siqueira. Rio de Janeiro: Zahar, 2011, p. 145.

⁵⁹ REED, Paula. **50 ícones que inspiraram a moda – 1960**. São Paulo: Publifolha, 2010 p. 54.

O filme foi um fiasco de bilheteria, mas chamou a atenção pelo figurino impecável, composto por oito *looks* de Givenchy, como o vestido de festa preto e o elegante lenço de cabelo usado como echarpe.

No entanto, a próxima parceria entre o estilista e a atriz seria não só um sucesso de bilheteria, como também a prova de que o cinema passara a ser uma das mídias que mais causavam impacto no mundo da moda. A imagem de Audrey Hepburn ficaria marcada na história do cinema como a prostituta Holly Golightly, trajando um vestido tubinho preto, colares de pérolas falsas e grandes óculos escuros, em frente à joalheria da Tiffany. Por meio disso, o vestido preto tornou-se uma obra de arte.

Mais de cinquenta anos após a exibição de *Bonequinha de Luxo*, o vestido de Audrey ainda é um item valorizado no guarda-roupas feminino. Até mesmo o gato de estimação da personagem virou objeto de desejo do público:

Depois de 1961 e de *Bonequinha de Luxo*, surgiu um verdadeiro exército de garotas de vestido preto à la Audrey Hepburn. A influência do filme foi tão grande que a sociedade americana para a Prevenção da Crueldade contra os Animais relatou uma avalanche de pedidos de gatos amarelos⁶⁰.

O filme foi baseado em um romance do escritor Truman Capote, cuja história se situava em Nova York, mostrando o cotidiano da garota de programa que almeja ascender socialmente por intermédio de um rico fazendeiro brasileiro, mas que acaba se apaixonando pelo jovem Paul Varjak (George Preppard).

Adiante, com *looks* mais maduros, sem lacinhas e vestidos românticos rodados, Audrey estrela o filme de suspense *Charada* em 1963. Ela faz o papel da milionária Regina, que, quando retorna a Paris, descobre que o seu apartamento foi assaltado e o marido assassinado, sendo, posteriormente, protegida pelo misterioso Peter (Cary Grant).

Algumas peças usadas pelos personagens nesse filme foram adotadas pessoalmente pela atriz, como o casaco vermelho de lã e a capa de chuva com galochas. Givenchy desenhou catorze peças de roupas para a personagem usar durante a trama.

⁶⁰ REED, Paula. *50 ícones que inspiraram a moda – 1960*. São Paulo: Publifolha, 2010, p. 54.

Por fim, no ano seguinte, foi a vez do lançamento de *Quando Paris Alucina*. O filme contou com a colaboração de Dior para a confecção do seu figurino. Novamente em Paris e com os mesmos protagonistas de *Sabrina*, o filme contava a história do roteirista Richard (William Holden), decadente contratado por Hollywood. Para auxiliá-lo, ele contrata uma secretária que tem a missão de finalizar o trabalho em apenas três dias.

Apesar de os *looks* não serem estonteantes, como foi visto nos filmes anteriores, Audrey usava roupas leves e claras para mostrar o verão da capital francesa, com jaquetas curtas com mangas sete-oitavos, regatas brancas, vestido reto laranja, camisola azul e chapéu de palha. O figurino era de fácil acesso para ser copiado pelas jovens espectadoras e, rapidamente, foi comercializado em grandes lojas de departamentos. Nos créditos iniciais do filme, surge a seguinte frase: “*Audrey Hepburn usa guarda-roupa e perfume por Hubert de Givenchy*”.⁶¹

Givenchy e Audrey se conheceram quando ambos ainda não eram famosos. Na ocasião, o estilista ficou decepcionado ao saber que quem visitaria o seu ateliê não era a atriz Katharine Hepburn, e, sim, a desconhecida Audrey. Anos depois, ele confessou a confusão dos sobrenomes. Entretanto, a parceria foi para além das personagens, pois ele desenhou as roupas do batizado do filho da atriz, além de vesti-la para várias ocasiões especiais – houve, assim, uma duradoura amizade.

O criador do *New Look*⁶² também assumiu alguns figurinos. Assim como Chanel, Christian Dior não precisava da publicidade nem do cinema para ser reconhecido. Os seus vestidos, no entanto, eram vendidos por preços exorbitantes para a clientela refinada.

Tal como Chanel, Dior acabou aceitando o convite para ceder alguns vestidos para trajar as atrizes, já que ele não gostava de fazer coleções exclusivas para os filmes.

⁶¹ FARAH, Alexandra. **1001 filmes para quem ama moda**. FilmFashion, 2014.

⁶² O *New Look* tenta reatar o período da Belle Époque e do Segundo Império por meio da imagem ideal da mulher, com o busto realçado graças ao sutiã-corpete e enchimento, ombros retos, saias alongadas até trinta centímetros do chão, cintura ajustada com o uso de uma cinta. In: LAVER, James. **A roupa e a moda: uma história concisa da moda**. São Paulo: Companhia das Letras, 1993, p. 298.

Apesar disso, recebeu uma indicação ao Oscar de melhor figurino e ficou marcado por Marlene Dietrich usar os seus belos vestidos.

No mesmo ano do *New Look*, em 1947, Dior assinou o figurino do filme francês *O Silêncio é de Ouro*. Um produtor de filmes mudos tentou transformar a sua protegida em estrela de cinema. Dior mostrou a sua predileção por trabalhar em filmes de época e desenhou todos os figurinos femininos desse filme. A mesma pesquisa feita para confeccionar esses trajes foi utilizada por ele para lançar a coleção *New Look*, que buscava inspirações na Belle Époque, com a modelagem em formato S⁶³ – que significa "seios para frente e quadris para trás".

Sua contribuição com o cinema italiano aconteceu com o filme *Quando a mulher erra*, de 1953. Dirigido por Vittorio de Sica, o longa narra a história da norte-americana casada Mary, que tem um relacionamento com Giovanni, um italiano que conhece quando viaja até Roma para rever os seus parentes.

O terninho reto e ajustado ao corpo usado por Mary resume todo o figurino do filme e torna-se um sucesso, apesar de alguns críticos de moda da época não concordarem com a elegância do traje proposta por Dior a uma dona de casa da Filadélfia. Contudo, o traje foi reconhecido e recebeu uma indicação ao Oscar, sendo "didático" ao mostrar a personalidade reservada da personagem ao espectador.

Com o cineasta Alfred Hitchcock, Dior elaborou o figurino do filme *Pavor dos Bastidores*, de 1950. O *thriller* contava a história do fugitivo Jonathan Cooper e da aspirante a atriz que tenta ajudá-lo. Ele tem um caso extraconjugal com Charlotte Inwood (Marlene Dietrich) e é suspeito de matar o marido dela.

Marlene Dietrich já era uma grande estrela do cinema e da moda, ao fazer sucesso com o uso de calças femininas nas décadas de 1930 e 1940. Posteriormente, a atriz cedeu aos encantos do *New Look* de Dior, de que se tornou sua cliente fidelíssima. Ele foi responsável por criar uma cinta que redesenhasse o corpo da atriz, com o intuito de melhorar o caiamento das roupas.

⁶³ FARAH, Alexandra. **1001 filmes para quem ama moda**. FilmFashion, 2014.

Interpretando uma famosa atriz, seu figurino foi pautado por terninhos bem estruturados. Quando aparece exercendo o seu ofício no teatro, o visual dela fica mais suave, com vestidos soltos de seda e estampas floridas. Já nos bastidores do teatro, Dior investe em trajes bem dramáticos para evocar o clima pesado, com vestidos e véus negros. O bracelete de diamantes foi cedido por Cartier e, anos depois, comprado em um leilão pela cantora Madonna.

Devemos destacar o cuidado que o cineasta Alfred Hitchcock tinha com as figuras femininas que estrelavam seus filmes. Geralmente, as protagonistas eram loiras, mas fugiam do estereótipo hollywoodiano. Elas eram gélidas e misteriosas:

Marlene Dietrich foi uma das primeiras do gênero em *Pavor dos Bastidores* (1950), uma personagem esperta e gélida. Kim Novak era mais voluptuosa; em *Um Corpo que cai* (1958), está tentadora com o cabelo bem preso em um coque banana – uma sutil metáfora do cineasta para as paixões femininas contidas. Eva Marie Saint, em *Intriga Internacional* (1959), tinha, em contrapartida, uma perfeição sedutora mais frágil.⁶⁴

Cada personagem tinha uma personalidade diferente, cujo detalhe da cor do batom escolhido era dotado de simbolismo: as cores rosadas revelavam que a atriz interpretaria uma mocinha, de sexualidade contida; as maquiagens carregadas e o uso do batom vermelho indicavam que a protagonista era mais carnal e diabólica.

Apesar de trabalhar com diversas atrizes, o cineasta tinha predileção por Grace Kelly, que protagonizou *Disque M para matar* (1954), *Janela indiscreta* (1954) e *Ladrão de Casaca* (1955). A atriz personificou a beleza e a sofisticação da década de 1950.

O visual de Grace Kelly passava pelo crivo de Hitchcock, e até mesmo Edith Head obedecia às sugestões do diretor. Seu estilo mesclava elegância e erotismo, usando tons pastéis e vestidos drapeados. Em *Janela Indiscreta*, Grace interpreta Lisa, a noiva de um fotógrafo que tenta desvendar um crime ocorrido na vizinhança. Na cena inicial, Lisa chega ao apartamento do noivo vestindo um *top* justo preto com uma saia longa e branca de tule, exibindo o *glamour* que a personagem exigia.

⁶⁴ REED, Paula. **50 ícones que inspiraram a moda – 1960**. São Paulo: Publifolha, p.104.

Yves Saint Laurent foi outro renomado estilista que se aventurou no mundo da moda do cinema, com a intenção de criar roupas que dialogassem com a narrativa do filme. O cineasta francês François Truffaut chegou a declarar Yves como “o maior cinéfilo entre os costureiros”⁶⁵. O estilista participou de dois filmes do diretor. Era conhecido por dar adaptações elegantes aos trajes masculinos para vestir as mulheres, como o *smoking* feminino.

Saint Laurent dava grande importância ao mundo das artes e dialogava com elas ao realizar as suas coleções, como trajes baseados no quadro Mondrian, no balé russo e na *pop art*. Assinar o figurino de um personagem seria o próximo passo, já que ele também se inspirava nos figurinos das grandes estrelas do cinema:

Saint Laurent sabe tudo sobre Marlene [Dietrich]; tudo a respeito do seu fabuloso guarda-roupa. Ele conhece o de Lauren Bacall em *Prisioneiros do passado*, o de Barbara Stanwyck em *Pacto de Sangue*, e todo o trabalho de Edith Head, a brilhante costureira de Hollywood. Nos filmes noir americanos dos anos 1940, as mulheres já respiram YSL. As restrições impostas aos estúdios obrigaram os figurinistas a desistir do luxo opulento das femmes fatales. [...] O costureiro se inspiraria nos figurinos do cinema; despertaria o que estava latente e o traria à vida.⁶⁶

Seu filme de maior importância foi *Bela da Tarde*, com direção de Luis Buñuel e Catherine Deneuve interpretando a prostituta burguesa Séverine, casada com um médico, que tenta realizar as suas fantasias sexuais por meio de práticas masoquistas. Foi o início da grande amizade de Yves com Catherine.

No filme, estando na presença do marido, Séverine é tímida e discreta. Quando ele trabalha, ela exala sensualidade sem cair nos clichês, mas esconde-se nos detalhes, como o salto preto focalizado pela câmera. Os sapatos criados por Roger Vivier também foram um sucesso de público, de modo que “duzentos mil pares do modelo foram vendidos no ano de lançamento do filme”⁶⁷.

⁶⁵ FARAH, Alexandra. **1001 filmes para quem ama moda**. FilmFashion, 2014.

⁶⁶ LELIÈVRE, Marie-Dominique. **Saint Laurent**: a arte da elegância. Tradução de Marly N. Perez. São Paulo: Lafonte, 2011, p. 155.

⁶⁷ FARAH, Alexandra. **1001 filmes para quem ama moda**. FilmFashion, 2014.

A cena do estupro foi meticulosamente pensada por Saint Laurent, que coloca um velcro no vestido vermelho de Deneuve para sublinhar o barulho ao ter a vestimenta rasgada. A jornalista Marie-Dominique Lelièvre fala sobre a construção da roupa para a personagem Séverine:

Para Séverine, Yves Saint Laurent construiria o kit perfeito da burguesa escrava de seus instintos. Deneuve não consegue se encaixar no papel? Não importa. O figurino atua por ela. Tem vida e linguagem próprias. *Rééééék*, brada o vestido vermelho na cena de estupro que abre o filme, sugerindo o crime e carne dilacerada: Saint Laurent ocultara um velcro em meio ao tecido.⁶⁸

A jovem atriz de 24 anos ficou incomodada com algumas cenas de nudez, além de discordar dos rumos da sua personagem para o cineasta Luiz Buñel. Saint Laurent ajudou a atriz a desenvolver o seu personagem graças ao cuidado com o figurino. Essa ajuda foi retribuída, ainda que indiretamente, pela atriz ao vestir Saint Laurent em cena:

A bela da tarde alcança sucesso internacional e se torna eficiente filme publicitário de Saint Laurent de Rive Gauche. A partir daquele momento, Deneuve é a melhor agente de propaganda. Uma mulher de Saint Laurent? Uma burguesa que na hora do chá desaparece rumo ao hotel.⁶⁹

Em 1989, Yves desenha o seu último figurino no filme *Linda demais para você*. Assim como Séverine em *A bela da tarde*, a estonteante Florence (vivida pela modelo Carole Bouquet) vive um casamento entediado com o rico Bernard (Gérard Depardieu), que começa um relacionamento com a sua secretária que não possui atrativos físicos como a sua mulher. Florence é a personificação da elegância e da feminilidade, seja pelo vestido amarelo, seja pelo discurso do seu casamento, trajando um belo vestido de noiva rendado, onde deixa bem claro que é uma mulher como outra qualquer. Já a secretária Colette se veste de modo bem desleixado. Os figurinos do filme ressaltam a diferença entre Florence e Colette.

⁶⁸ LELIÈVRE, Marie-Dominique. **Saint Laurent**: a arte da elegância. Tradução de Marly N. Perez. São Paulo: Lafonte, 2011, p. 91.

⁶⁹ Idem, p. 92.

Saint Laurent também recebeu notoriedade pelo filme *A sereia do Missipi*, de 1969. Dirigido por François Truffaut, o filme mostra o relacionamento do rico plantador de tabaco Louis (Jean-Paul Belmondo), que almeja casar-se e coloca no anúncio do jornal o seu interesse por arranjar uma esposa. Marion (Catherine Deneuve) é uma bandida que se interessa pelo dinheiro de Louis e se passa pela doce Julien; os dois passam a se relacionar por cartas.

A pedido do diretor, Yves não selecionou terninhos femininos, uma vez que Truffaut gostava das personagens usando vestidos e saias rodadas. A personagem Marion tem uma evolução ao longo do filme. No início, usa vestidos de seda e cintura bem marcada até trajar longos casacos de pluma. A ideia foi aprovada pelo cineasta e o figurino tornou-se protagonista. Segundo François Truffaut, Yves “compreendeu o que deveria ser o figurino e o concebeu estilizado e, ao mesmo tempo, cheio de movimento. O mantô final, cuja execução tanto medo me fazia, tornou-se, graças a ele, personagem do filme”.⁷⁰

Quanto às roupas masculinas no cinema, não podemos deixar de destacar a participação do estilista nova-iorquino Ralph Lauren, que começou a carreira como vendedor e, no final da década de 1960, redesenhou o modelo tradicional da gravata. Com a aprovação do público, Lauren começou a desenhar roupas masculinas, femininas, perfumes, malas de viagem e outros acessórios. Sobre suas referências de estilo, a jornalista Alexandra Farah comenta:

Sempre inspirado pela “América” do passado, pelo Velho Oeste, por Gary Cooper, Fred Astaire e pela aristocracia inglesa, Ralph Lauren se diz acima das tendências sazonais, vende *lifestyle* baseado em tradição e nostalgia. Ele provocou muito ciúme nos figurinistas.⁷¹

Na primeira versão de *O Grande Gatsby*, de 1974, Ralph Lauren assume todos os modelos masculinos, enquanto as personagens femininas eram realizadas por Theoni V. Aldredge, que ganhou o Oscar de melhor figurino por esse filme.

⁷⁰ GILLAIN, Anne (Org.). **O cinema segundo François Truffaut**. Tradução de Dau Bastos. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1988, p. 97.

⁷¹ FARAH, Alexandra. **1001 filmes para quem ama moda**. FilmFashion, 2014.

Jay Gatsby, vivido por Robert Redford, é um milionário misterioso. Sempre foi apaixonado pela antiga namorada Daisy (Mia Farrow), que está casada com um rapaz bem-sucedido. Jay, na adolescência, era pobre e acreditava que Daisy não tinha continuado o romance com ele por causa de sua pobreza. Jay fica rico e compra uma casa perto do casal, onde realiza extravagantes festas para impressioná-la.

Na cena em que Daisy visita a casa de Jay, ele mostra suas camisas compradas por um funcionário em Londres, para cada estação. Daisy fica impressionada com a beleza das camisas, que foram desenhadas por Ralph Lauren. O terno risca de giz, o pulôver e as boinas são do estilista, que se preocupa em afirmar a sofisticação de um homem rico da década de 1920.

Sobre o ciúme que Ralph Lauren gerou nos figurinistas, isso se deu pela publicidade que o filme trouxe ao jovem estilista. Theoni achava que ele não deveria ter tamanho reconhecimento por causa das camisas de Jay Gatsby. Contudo, o guarda-roupas do personagem redefiniu o estilo masculino até a década de 1970.

Posteriormente, Ralph Lauren causou *frisson* no cinema ao vestir Diane Keaton com roupas masculinas, com uma releitura da década de 1930. Em *Noivo neurótico, noiva nervosa*, de Woody Allen, Annie Hall usa calça larga, camisa bem fechada com colete e gravata. O figurino revelava uma mulher inteligente, meio maluca e complicada. Tornou-se um sucesso – das mais feministas até as grandes editoras da *Vogue* aderiram ao *look*:

Após o lançamento e a popularidade que se seguiu ao filme, o “visual Anne Hall” virou um padrão de vestimenta para garotas descoladas em toda parte. Camisas “de vovô”, calças largas de algodão, gravatas Ralph Lauren, chapéus, sapatos baixos e óculos tornaram-se o uniforme da mulher intelectual. As roupas não manifestavam apenas o direito à igualdade, mas também o direito à individualidade. *Noivo neurótico, noiva nervosa* lançou o *vintage chique*.⁷²

Essa igualdade expressada pela roupa pode ser observada graças à semelhança das roupas de Anne Hall e de seu noivo Alvy Singer. Diane Keaton e a sua personagem

⁷² REED, Paula. **50 ícones que inspiraram a moda – 1970**. São Paulo: Publifolha, 2010 p. 86.

proporcionaram a liberdade das mulheres dos anos de 1970 por meio do seu visual despojado, mas que, ainda assim, mostrava a sua feminilidade.

Nesse filme, Ralph Lauren também não se livrou dos ciúmes dos figurinistas, como da parceira Ruth Morley, que reivindicou os créditos do “visual Anne Hall”. O diretor e ator Woody Allen tentou resolver o impasse, afirmando que os personagens vestiam Ralph Lauren, nas telas e fora delas, e que a autora do traje de sucesso foi Diane Keaton.

O estilista italiano Giorgio Armani também se destacou pelas belas roupas masculinas tanto no cinema quanto nas passarelas. No final da década de 1970 e início de 1980, a alfaiataria transformou-se em peça unissex, com tecidos e cortes que proporcionavam conforto para quem os vestia.

Os ternos Armani já eram os favoritos dos executivos de Hollywood quando foi convidado para vestir Richard Gere em *Gigolô Americano*, de 1980. O gigolô Julian desfila o paletó desestruturado, obra-prima de Armani, cuja fórmula masculina se mescla com tecidos femininos. O traje fez tanto sucesso que rapidamente ganhou uma versão feminina, com ombros exagerados, chamados de *Power Suit* e muito utilizados nos escritórios.

A trama de *Gigolô Americano* gira em torno da vida do jovem e bonito Julian, um gigolô que desfruta de uma boa vida em Los Angeles. Ao conhecer a mulher do senador, ele é suspeito de assassinato. O personagem de Richard Gere tem o prazer de cuidar das roupas, já que a boa aparência faz parte do seu trabalho. Também reflete o seu *status* social, ao se exibir com uma Mercedes e morar em um moderno apartamento. Julian desfila como se estivesse posando para fotos.

Para Stella Bruzzi, o filme também se enquadra no universo da moda masculina. Se, antes, a importância de se vestir impecavelmente era presente apenas nos personagens femininos, *Gigolô Americano* é um filme que quebra esse paradigma ao mostrar o narcisismo de Julian. Nas palavras da autora, “American Gigolo is a clothes movies; the objects of fetishism are not Julian but what he wears”.⁷³

⁷³ “Gigolô Americano é um filme sobre moda; o objeto de fetiche não é o Julian, mas as roupas que ele usa”. In: BRUZZI, Stella. Cinema and Haut Couture: Sabrina to Pretty Woman, Trop Belle Pour Toi!,

Logo na cena inicial, podemos ver a preocupação que Julian tem com as suas roupas, experimentando um terno bege. Em outra cena, ele está organizando as suas gravatas e paletós de Armani e ouvindo um som alto. Giorgio Armani afirma que o filme era uma orientação para os homens se vestirem bem. Foi, assim, na década de 1980, que surgiu o interesse de o homem se cuidar e de se tornar sensual.

Em 1987, Armani teve a oportunidade de colocar atores desfilando com os seus ternos no filme *Os Intocáveis*, no qual quatro companheiros se juntam e formam um grupo chamado “os Intocáveis”, que tem como objetivo capturar Al Capone, gângster que atua na Lei Seca.

Armani cedeu quinhentos figurinos para o elenco, mas Robert De Niro, que interpretou Al Capone, preferiu encomendar modelos idênticos usados pelo gângster⁷⁴. Como existia um grande número de figurantes, Armani e a figurinista Marylin Stracker vestiram os atores com trajes típicos de gângsteres. Os outros quatro atores que protagonizaram o filme tinham um visual contemporâneo e extremamente sofisticado para quem trabalhava como policiais.

Armani também tinha uma tática para se destacar em Hollywood. Nas festas do Oscar, ele emprestava os seus ternos para os atores desfilarem no tapete vermelho. Com a visibilidade dos filmes, da popularidade dos atores e do seu talento, Giorgio Armani tornou-se o estilista europeu que mais vendeu roupas nos Estados Unidos.

Se Ralph Lauren e Giorgio Armani se destacaram por vestir atores nas telas de cinema, o estilista francês Jean Paul Gaultier ficou famoso pela sua irreverência nas passarelas e nas telas, indo na contramão da alfaiataria que fez sucesso nas vitrines das lojas nos anos de 1980.

Prêt-à-porter. In: _____. **Undressing Cinema: clothing and identity in the movies.** London: Routledge, 1997. Tradução livre.

⁷⁴ BRUZZI, Stella. Cinema and Haut Couture: Sabrina to Pretty Woman, Trop Belle Pour Toi!, Prêt-à-porter. In: _____. **Undressing Cinema: clothing and identity in the movies.** London: Routledge, 1997.

Saias para homens e espartilhos com seios pontudos imortalizados pela cantora Madonna, na turnê *Blonde Ambition*, revelaram que o estilista sabia como ousar no *showbiz*. Trabalhar no cinema era só uma questão de tempo.

Seu primeiro trabalho veio com *O cozinheiro, o ladrão, sua esposa e amante*, de 1989. O título do filme apresenta os personagens centrais da história: a esposa do cozinheiro está cansada das humilhações sofridas no casamento e se envolve amorosamente com um cliente que sempre janta sozinho.

O figurino é aclamado por vários críticos cinematográficos, uma vez que Gaultier não fica submisso ao personagem e se envolve em todos os detalhes da produção, além de participar da filmagem. Os figurantes tinham a total liberdade de escolher o que usar em cena, já os personagens centrais foram frutos de muito estudo do estilista sobre o cotidiano glamoroso das estrelas hollywoodianas, como no filme *Ano passado em Mariembad*, cujo figurino contou com a participação de Coco Chanel.

Pedro Almodóvar convidou Gaultier para fazer o figurino da personagem Andrea Caracortada, interpretada por Vitória Abril no filme *Kika*. A personagem teve suas roupas assinadas por Gianni Versace. Ela desfila os vestidos extravagantes e sensuais da coleção de 1992 da Versace. Na história, é maquiadora de defuntos e vive diversos relacionamentos. Já Andrea apresenta um programa sensacionalista e as suas roupas são um misto de *glamour* com horror.

Durante a elaboração do filme, ficou nítida a diferença de trabalho entre os dois estilistas. Versace, bem como outros profissionais já elencados, apresentou peças da sua coleção e ofereceu ao personagem. Gaultier fez questão de conversar com o diretor e conhecer a personagem que ia vestir. Todas as roupas foram feitas sob medida para a história de Andrea Caracortada:

Andrea é uma “soldada da informação”. Para as cenas externas, Gaultier criou um modelo utilitário, verde militar, cheio de zíperes e bolsos, e, na altura dos seios, duas lâmpadas que se acendem quando a câmera de Andrea, presa no capacete, é ligada. A roupa remete ao robô de Metrópolis, obra prima de Fritz Lang e um dos filmes favoritos tanto de Almodóvar quanto de Gaultier. Para as cenas de estúdio, Andrea aparece com vestidos de noite num estilo entre o *vamp*, o *trash* e o *pós-punk*. Suas roupas deliberadamente intrusivas debocham dos caretas e formais “uniformes” das apresentadoras de

tevê. O vestido mais provocativo é o longo preto com dois seios de plástico explodindo através do tecido rasgado.⁷⁵

As roupas da personagem Andrea reforçam a intenção da personagem, que apresenta um programa sobre assassinatos, estupros e outros tipos de violência que são transformados em entretenimento. Seus *looks* causam repulsa e estranhamento, refletindo a sintonia do seu exercício como apresentadora.

Para Stella Bruzzi, o figurino proposto por Gaultier presta duas funções ambivalentes para a personagem:

The provocative Gaultier costumes for these scenes serve an ambivalent function: on the one hand they are metaphors for (in Almodóvar's view) the exploitation of ghoulish television, and the other they render Andrea inappropriately glamorous.⁷⁶

A frieza com que Andrea transmite as piores notícias que ocorrem em Madri é destacada pelos modelos das suas roupas, seja por meio dos caóticas trajes feitos de plástico, seja pelo visual sombrio e fantasioso com que Andrea se apresenta ao público.

O figurino ousado de Gaultier também chamou atenção dos espectadores do filme *O quinto elemento*, do cineasta francês Luc Besson. Lançado em 1999, a película tem como cenário um futuro distante, em que um taxista tenta impedir que a Terra seja destruída por forças malignas e precisa decifrar o quinto elemento.

A história não convenceu o público, nem tampouco os críticos, mas recebeu destaque pelo figurino bem elaborado, que precisou captar o futurismo de Nova York do século XXIII. Gaultier cuidou dos trajes de todos os personagens, desde os atores secundários aos artistas principais. A boa forma da atriz e ex-modelo Milla Jovovich foi

⁷⁵ FARAH, Alexandra. **1001 filmes para quem ama moda**. FilmFashion, 2014.

⁷⁶ “Os trajes provocantes de Gaultier para as cenas de *Kika* têm funções ambivalentes: por um lado, são metáforas (na visão de Pedro Almodóvar) para a macabra exploração dos programas de televisão e do outro, mostra o inapropriado glamour de Andrea”. In: BRUZZI, Stella. Cinema and Haut Couture: Sabrina to Pretty Woman, Trop Belle Pour Toi!, Prêt-à-porter. In: _____. **Undressing Cinema: clothing and identity in the movies**. London: Routledge, 1997. Tradução livre.

suficiente para que utilizasse somente tiras de tecidos, além do cabelo laranja fluorescente.

Assim, Jean Paul Gaultier retirou o politicamente correto visto nos filmes de Hollywood, trazendo a irreverência e a ousadia dos seus trajes para complementar a narrativa fílmica.

Esses são apenas alguns dos estilistas que contribuíram para o cinema através de suas minuciosas coleções, que ofereceram um diálogo com a narrativa e transmitiram fascínio no público.

1.3 A moda como eixo da narrativa cinematográfica

Como já discutimos, a relação entre moda e cinema é uma parceria bem consolidada, graças ao impacto que a sétima arte tem sobre o público, que, além de assistir aos filmes, também tenta se apoderar do estilo de vida das estrelas, em especial, dos seus trajes, dos penteados e acessórios.

Porém, alguns filmes utilizaram em seu roteiro o mundo da moda para compor, efetivamente, a história. Em alguns casos, até satirizavam esse universo, como é o caso de *Prêt-à-Porter*.

Lançado nos cinemas em 1994, o filme de Robert Altman dividiu a crítica justamente por lançar um olhar ácido na Semana de Moda parisiense. Até então, os filmes mostravam o lado glamoroso dos desfiles e das roupas, como *Sabrina* ou o clássico nacional *Bonequinha de Seda*, cuja história era pautada pela transformação visual e comportamental dos seus personagens principais.

Uma série exibida na televisão britânica no início dos anos de 1990 começou a satirizar o sistema da moda e o culto à celebridade. *Absolutely Fabulous* narrava a vida de duas mulheres de meia idade: Edina cuidava de uma empresa de relações públicas, que tinha um cantor como o seu único cliente. Patsy era uma editora de moda, sem credenciais, mas que tinha uma autoconfiança exagerada e acreditava que o mundo *fashion* estava aos seus pés. Edina sempre se vestia com as últimas tendências da moda, enquanto Patsy usava apenas um terninho cópia da Chanel e um cabelo preso descolorido. Contudo, a série caiu no gosto do público:

Curiosamente, a série muitas vezes conseguia tornar hype aquilo que procurava ridicularizar. O estilista Christian Lacroix, por exemplo, tornou-se mais conhecido do público quando apareceu em um episódio de *Ab Fab* em uma cena filmada em sua loja na Sloane Street.⁷⁷

Absolutely Fabulous foi um sucesso e ficou no ar durante vinte anos. Apesar de abordar o lado “avesso” da moda, a série sempre contou com participações especiais de famosos, além de divulgar indiretamente o nome de estilistas e marcas para um público mais amplo.

As discussões sobre o efêmero da moda bem como o uso descartável das roupas ficaram evidentes no filme juvenil *As Patricinhas de Beverly Hills* (1995). A personagem *fashionista* Cher Horovitz (Alice Silverstone) aparece na primeira cena do filme consultando o seu guarda-roupa, organizado pelo computador, tentando encontrar um visual adequado para ir à escola.

Tal cena revela uma típica adolescente da geração de 1990, com muitas roupas no armário e extremamente consumista, sem ter algo para vestir em determinado momento. Existe uma forte identificação entre Cher e a adolescente que assiste ao filme. Outra cena que podemos comentar é que mostra Cher sendo assaltada e obrigada a deitar no chão. Sua preocupação é justamente com o vestido vermelho do estilista Azzedine Alaïa.

Os filmes começavam, assim, a dissecar a rapidez da moda e o cinismo de uma sociedade ávida pelo consumo, além de ridicularizar com humor o endeusamento que as pessoas atribuíam às grifes.

Outro filme que merece destaque por criticar esse universo é a produção de 2001 chamada *Zoolander*. Dirigido e protagonizado por Ben Stiller, *Zoolander* é um modelo decadente, que rivaliza com outro modelo chamado Hansel (Owen Wilson). Para conseguir sua fama de volta, *Zoolander* passa por uma lavagem cerebral e entra em uma missão para matar o primeiro ministro da Malásia.

⁷⁷ REED, Paula. **50 ícones que inspiraram a moda – 1960**. São Paulo: Publifolha, p. 26.

Apesar de contar com inúmeras participações de famosos, o longa foi censurado nos países da Ásia, em especial a Malásia, que foi retratada como um país miserável e de mão de obra barata; além disso, o filme conta com uma narrativa ácida e simula o uso de drogas.

Em outra perspectiva, baseado no best-seller de Lauren Weisberger, *O Diabo veste Prada* ganhou sua adaptação ao cinema em 2006. Andy Sachs, vivida por Anne Hathaway, é uma jovem ingênua e inocente que vai para Nova York trabalhar como jornalista na revista de moda *Runway Magazine*, comandada pela ríspida editora de moda Miranda Priestly (Meryl Streep).

Com excelente currículo, Andy consegue trabalhar na famosa revista, mas passa por dificuldades por considerar o universo da moda superficial e, com isso, é constantemente humilhada pelas colegas de trabalho e pela editora de moda, que acentua a importância desse universo que Andy considera fútil:

Miranda: Ah, certo, entendi. Você acha que isso não tem nada a ver com você. Você abre o armário e escolhe, sei lá, aquela malhinha azul desbotada, por exemplo, porque quer gritar ao mundo que você se leva a sério demais pra ficar se preocupando com o que vai vestir ou não. Mas o que você não sabe é que aquela malhinha azul não é simplesmente azul, não é turquesa, não é lápis-lazúli, é realmente azul-celeste, e também ignora alegremente o fato de que, em 2002, Oscar de La Renta fez uma coleção de saias azul-celeste e depois foi o Yves Saint Laurent, se não me engano, que propôs aquelas jaquetas militares azul-celeste. [...] E então o azul-celeste logo apareceu na criação de oito outros estilistas. E então chegou pouco a pouco às grandes lojas e por fim se infiltrou em alguma modesta lojinha, onde você evidentemente achou na cesta de ofertas. No entanto, aquele azul representa milhões de dólares e inúmeros postos de trabalho, e acho quase cômico quando penso que você estava convencida de ter feito uma escolha fora das propostas da moda, quando, na verdade, veste um suéter que foi selecionado para você pelas pessoas aqui presentes... no meio de uma pilha de coisas.⁷⁸

Nessa fala, Miranda explica perfeitamente o sistema da moda com a metáfora da “malhinha azul-celeste”. A moda ultrapassa os limites do ateliê e dos laboratórios de *design* até chegar ao consumidor final, que tem a impressão de que é dono absoluto da

⁷⁸ O Diabo veste Prada. David Frenkel. EUA: 2006. 109 minutos.

sua escolha, mas toda a arquitetura do seu traje foi minuciosamente pensada por outras pessoas.

Finalmente, em *Prêt-à-Porter*, a história é ambientada durante a temporada de lançamentos das coleções de moda em Paris, mesclando cenas dos bastidores de desfiles que aconteceram com outras ações ficcionais. O filme de Robert Altman retrata, de maneira crítica, o hedonismo e a futilidade existentes nessa indústria.

O traje é o personagem principal do filme, que tem uma gama de personagens, participações especiais, além de cenas rápidas com várias tomadas e um diálogo fragmentado. O elemento que unifica a trama de Altman é justamente as roupas ou a sua ausência, como bem atesta Stella Bruzzi:

Prêt-à-Porter emphasizes the unwearability of high fashion, its total lack of functionalism and its inappropriateness to daily use, juxtaposing the collections of real designers (such as Issey Miyaki, Jean-Paul Gaultier and Gianfranco Ferré for Dior) with the fictional shows, so as to maximize the trivialization of the former through their proximity to the latter. Within this framework develops a polemical around the tension and the dichotomy between clothes and body, structured around the inevitability of nakedness and an intransigent distrust of those who over-identify themselves with their dressed appearance. There is a perpetual cycle of undressing and re-dressing that runs through Prêt-à-Porter, as many characters lose, strip off or swap their clothes for others.⁷⁹

Conforme descrito pela autora, o filme faz essa brincadeira com as peças de roupas que são trocadas, apropriadas ou mesmo retiradas pelos personagens. O personagem Sérgio (Marcello Mastroianni) tem de encontrar novas peças de roupas

⁷⁹ “Prêt-à-Porter enfatiza a incapacidade de vestir da Alta-Moda, sua inadequação e falta de funcionalismo para o uso diário, justapondo com as coleções de *designers* reais (como Issey Miyaki, Jean-Paul Gaultier e Gianfrancesco Ferré da Dior), com desfiles ficcionais, de modo a aproximar os. Dentro desse quadro, desenvolve uma polêmica em torno da dicotomia roupa e corpo, seja através da inevitável nudez ou da desconfiança daqueles que se preocupam demais com a aparência. Há um ciclo contínuo de despir-se e de revestir em Prêt-à-Porter, como em seus personagens que perdem, tiram ou trocam suas roupas com outras pessoas”. BRUZZI, Stella. Cinema and Haut Couture: Sabrina to Pretty Woman, Trop Belle Pour Toi!, Prêt-à-porter. In: _____. **Undressing Cinema: clothing and identity in the movies**. London: Routledge, 1997. Tradução livre.

após se jogar no rio Sena. Chegando ao hotel, ele pega a mala de roupas do jornalista esportivo Joe Flynn (Tim Robbins). Sérgio precisa adaptar o terno de Flynn para poder vestir enquanto o jornalista fica preso com um roupão no quarto do hotel. Assistindo à televisão, Flynn percebe que alguém está vestindo as suas roupas,

A ausência das roupas também é trabalhada no filme, uma vez que Flynn tem que dividir o quarto de hotel com a jovem jornalista Anne (Julia Roberts), que tem a sua bagagem extraviada. Ambos, que estão apenas com a roupa do corpo, ficam isolados em um quarto de hotel em Paris, enquanto o desfile de moda é assunto nos meios midiáticos. Os dois se desentendem na recepção do hotel, mas acabam se relacionando no quarto enquanto estão sem trajes ou outros elementos de distinção social.

Outro aspecto da roupa presente no filme aparece por meio de Major Hamilton (Danny Aiello) e da sua parceira Louise (Teri Garr). Louise aparece durante quase todo filme comprando roupas de grife pelas ruas parisienses, cujos tamanhos das peças são sempre grandes. No final do filme, Major é o dono das roupas e se traveste para participar de uma convenção.

Não é só de moda que Robert Altman se preocupa com o seu filme – ele está quer representar os modos ou a ausência deles. O trio de editoras de moda (Regina, Sissy e Nina) apresenta-se publicamente como figuras importantíssimas e respeitadas dentro desse universo, mas mostram atitudes constrangedoras para conseguir um contrato com o badalado fotógrafo Millo (Stephen Rea): Regina aceita ficar de quatro, Sissy tem os seios fotografados e Nina fica só de *lingerie*. Todas as ações são registradas pela câmera de Millo.

A cena do *strip-tease* de Isabela também mostra a efemeridade não só da moda, como também do cinema. Altman reinterpreta, depois de trinta anos, uma cena no clássico filme italiano *Ontem, Hoje e Amanhã* (1963) de Vittorio de Sica. Se, na cena original, os protagonistas Sophia Loren e Marcello Mastroianni exalam sensualidade, em *Prêt-à-Porter*, eles tiram sarro de si mesmos. Mastroianni não consegue se manter acordado durante a *performance* de Isabela, que fica frustrada. O cineasta encaixa o momento fugaz de uma cena para um filme que leva até as últimas consequências do efêmero.

A ausência das roupas é concluída com o último desfile da Semana de Moda, na coleção da estilista fictícia Simone Lo (Anouk Aimée). As modelos são colocadas nuas nas passarelas⁸⁰, de forma que a nudez seria o ultimato daquilo que se transformará em moda. Muito mais do que mostrar as modelos sem as roupas para confrontar a indústria da moda, Altman está na contramão da segurança e da identidade proporcionada pela vestimenta, onde a supremacia é do corpo em relação à roupa, e não o inverso.

O desfile deixa subentendido o fim da criatividade da estilista Simone Ló, que é pressionada a fazer uma boa coleção para o encerramento da Semana de Moda, mas tem uma crise criativa, posto que a moda precisa ser constantemente recriada.

No próximo capítulo, realizamos o mapeamento do filme, a fim de analisar e compreender a proposta do cineasta em *Prêt-à-Porter*. Também vamos percorrer brevemente a trajetória cinematográfica de Robert Altman, que, no lançamento dessa obra, já era bem conhecido no meio artístico com temas fortes e variados, como a AIDS, o casamento, a música *country*, o militarismo norte-americano e a competitividade da indústria cinematográfica, só para citar alguns.

CAPÍTULO II

*A TRAJETÓRIA CINEMATOGRÁFICA DE
ROBERT ALTMAN E O MAPEAMENTO DO
FILME PRÊT-À-PORTER*

Moda, meus amigos, é guerra!

Kitty Potter

No primeiro tópico do presente capítulo, vamos analisar a trajetória cinematográfica do diretor Robert Altman para compreender as suas escolhas na realização do filme estudado. É imprescindível para o ofício do historiador não ignorar as informações do lugar e do tempo em que o diretor mantém os seus diálogos. Como a obra do cineasta é extensa, seria impossível trabalhar minuciosamente toda a filmografia realizada ao longo de cinco décadas.

Para isso, fez-se necessário selecionar alguns filmes que causaram maior impacto, seja com o sucesso de bilheteria, seja com os críticos. Algumas obras são essenciais para analisar as escolhas do cineasta, cujo gosto estético prevalecia em detrimento dos padrões comerciais e rentáveis propostos pelos grandes estúdios.

Posteriormente, é feito o exercício de *decupagem*⁸¹ fílmica e interpretativa, ou seja, analisamos sequência por sequência do longa-metragem, além de selecionar os personagens que integram e interagem ao longo da história. A intenção de manter uma descrição detalhada do longa-metragem é que o leitor compreenda o desfecho da obra trabalhada. Num segundo momento, propomos alguns caminhos interpretativos sobre o filme *Prêt-à-Porter*.

A análise fílmica é essencial para a articulação do próximo capítulo, cuja crítica e recepção em torno de *Prêt-à-Porter* serão averiguadas com maior ênfase.

2.1 A trajetória cinematográfica de Robert Altman

⁸¹ O termo “decupagem” tem origem na palavra francesa *découpage*, cujo significado pode ser entendido como “recorte”. Transpondo essa ideia para a análise cinematográfica, é a decomposição do filme, mapeando cenas, sequências e narrativas em planos. In: XAVIER, Ismail. **O discurso cinematográfico: a opacidade e a transparência**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977.

Robert Altman diferenciou-se de muitos cineastas hollywoodianos. Avesso a produções que poderiam alcançar estrondosa bilheteria, ele sempre procurou fazer filmes que criticassem a sociedade de uma determinada época, especialmente o cotidiano norte-americano.

Como dissemos, diversos temas foram trabalhados em seus filmes, como a questão da AIDS, do preconceito racial, da indústria cinematográfica hollywoodiana, dentre outros assuntos. Em 1994, o cineasta lançou outro filme polêmico e com um tema que muitos podem considerar fútil (em detrimento dos citados acima): o mundo da moda.

A crítica dividiu-se diante do filme *Prêt-à-Porter*, que entrava sem pedir licença no mundo da moda, mesclando documentário com ficção, com a intenção de mostrar o principal desfile de moda em Paris. Semelhante aos seus filmes anteriores, como *Short Cuts – Cenas da Vida* (1992), o filme utilizou um grande elenco, com cenas rápidas e histórias diferentes interligadas em uma única trama.

Na década de 1990, o cineasta alçou novos projetos que receberam destaque de público e de crítica no cinema, uma vez que, anteriormente, trabalhou em uma série de televisão chamada *Tanner 88* e com filmes que não tiveram grande visibilidade comercial. Com *O Jogador* (1992), Altman levantou questões sobre a dinâmica da indústria cinematográfica de Hollywood e as relações de poder que ocorrem dentro dos bastidores a que o espectador nunca teve acesso. Sem dúvida, era um tema que o diretor sabia muito bem como trabalhar e explorar, devido à sua experiência no ramo da sétima arte.

Dois anos mais tarde, Robert Altman pôde colocar em prática o seu plano de fazer um filme sobre o mundo da moda, ideia surgida na década anterior, mas que não contou com o financiamento de nenhum estúdio cinematográfico. Com um enredo semelhante a linhas que se cruzam e formam um bordado, Altman lançou *Prêt-à-Porter* no segundo semestre de 1994. Contudo, antes de entrar nas questões que o filme propõe ao espectador e ao próprio cineasta, faz-se pertinente tomar conhecimento da trajetória de Altman.

O cineasta conta com uma vasta filmografia, com 39 longas-metragens, 12 curtas-metragens e 20 trabalhos realizados para a televisão. Sendo assim, é impossível

contemplar todas as obras de Altman em um único capítulo. Portanto, vamos dar preferência aos filmes que têm uma mesma linha teórica e estética⁸² de *Prêt-à-Porter*,

Nascido em uma família abastada em Kansas City, no ano de 1925, Robert Altman era o único menino e tinha duas irmãs. Seu pai era alcoólatra e trabalhava como vendedor de seguros. Segundo o jornalista Peter Binskid, a boa situação financeira dos pais foi responsável pelas arriscadas manobras econômicas do cineasta:

A família vivia confortavelmente; havia sempre uma rede de segurança, o que pode ter provocado as arriscadas manobras financeiras e emocionais que Altman praticaria na vida adulta.⁸³

Ainda na adolescência, Altman alistou-se na Força Aérea e foi copiloto de aviões B-24, que lutaram contra os japoneses nos dias finais da Segunda Guerra Mundial. Logo após a Guerra, casou-se e mudou-se para Los Angeles, onde começou a escrever roteiros e argumentos. Sobre essa transição da sua vida profissional, o cineasta faz uma síntese:

Eu amava estar em Kansas City. Era o melhor lugar do mundo até eu ir para a guerra. O que me levou embora foi a Força Aérea e eu vi que havia outros lugares no mundo. Depois da Guerra, fui para Los Angeles. Lá vendi pedaços de material para filmes. Não me deixavam escrever roteiros, nem entrar no set. Não pude nem visitar um set de um filme que eu havia escrito. Então achei melhor aprender a fazer aquilo. Decidi ir para Nova York.⁸⁴

⁸² Filmes que geralmente têm um grande número de personagens e registros de som, cujas histórias se conectam ao longo da trama, como salienta o crítico Amir Labaki: “A estrutura polifônica de personagens que se alternam indiretamente e dialogam até o dramático encontro final criou imediatamente o neologismo de “um filme altmaniano”. O mesmo modelo narrativo foi utilizado por ele, posteriormente, para, entre outros filmes, satirizar a burguesia americana (*Cerimônia de Casamento, A Wedding*, 1978), metralhar a mediocria de Hollywood (*O Jogador, The Player*, 1992) e pratear o deserto existencial de Los Angeles (*Short Cuts*, 1993). In: LABAKI, Amir. Adeus a Altman. DELEFANTI, Angelo (Org.). As muitas vidas de Robert Altman. São Paulo: Centro Cultural do Banco do Brasil, jun. 2008. (Mostra de Cinema), p. 83-87.

⁸³ BINSKID, Peter. Como a geração drogas, sexo e rock'n'roll salvou Hollywood. Tradução de Ana Maria Bahiana. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2009, p. 89.

⁸⁴ Depoimento extraído do documentário *Altman, um retrato*. 1997. 57 min. Versátil Home Vídeo.

Em Nova York, fez trabalhos com filmes industriais para a Calvin Company, onde aprendeu o aparato técnico para a realização de um filme. Entretanto, nunca se esqueceu do *glamour* e da dinâmica existentes em Hollywood:

Comecei a dirigir esses filmes industriais, uma coisa levou a outra. Meu interesse estava no glamour das coisas. Eu estava tentando direcionar a coisa mais para Hollywood. Eu pensava constantemente como fazer as coisas e como não as fazer. Eu fui construindo o meu caminho. Acabei me acostumando a fazer isso. E tive sucesso fazendo isso. Consequentemente mantive aqueles hábitos

Somente no final dos anos 1950, Altman dirigiu um filme em Hollywood de baixo orçamento, chamado *Os delinquentes*, de 1957. Desde o início da carreira, Altman enfrentava dificuldades da indústria em que estava inserido:

Entre as décadas de 1950 e 1970, para um diretor ser reconhecido pela crítica como autor de uma obra cinematográfica, ele deveria satisfazer alguns procedimentos considerados fundamentais para um cinema mais autônomo e, dessa forma, voltavam-se para uma concepção “artística” em vez de “mercadológica”⁸⁵.

Altman enfrentava resistências dentro da indústria de Hollywood, uma vez que o jovem cineasta deveria responder aos interesses dessa indústria, ou seja, fazer filmes visando ao lucro. As intenções de fazer um filme autoral, pensando em seus recursos artísticos, seriam uma atividade que enfrentaria muita resistência para ele, que ainda não tinha reconhecimento do público.

No ano seguinte, Altman conseguiu trabalhar em uma série de televisão chamada *Alfred Hitchcock Presents*, em que utilizou técnicas de trabalho inovadoras. Posteriormente, já consolidado como cineasta, dirigiu a série *Tanner 88* (1988), que, segundo Bob, foi um dos trabalhos mais criativos que ele já elaborou, o qual assumiu importância na televisão – até então considerada de menor importância para um diretor de cinema – para aguçar novas técnicas que, mais tarde, colocaria em seus filmes:

Uma das coisas mais criativas que fiz foi a série *Tanner 88*. Aquilo foi um grande passo. Não poderia ter feito aquilo se só fizesse filmes de sucesso. As pessoas diziam que as coisas estavam ruins para mim, então tive que fazer séries de TV. Há alguma verdade nisso, mas não é

⁸⁵ TROVÃO, Flávio Vilas-Bôas. O Exército Inútil de Robert Altman: Cinema e política. São Paulo: Anadarco, 2012, p. 149.

toda a verdade. *Tanner 88* deve ter sido a coisa mais criativa que eu já fiz até hoje.

Altman ficou reconhecido por desafiar a gigante indústria de entretenimento hollywoodiana. Focou em produções com orçamentos baixos, mas sem perder o controle da sua liberdade de criação nem aderir ao cinema convencional norte-americano, sobretudo na década de 1980, cujos projetos eram caríssimos e, desse modo, exigiam um bom retorno de bilheteria

Ele entrou no seletí circuito chamado de “política de autores”⁸⁶, uma vez que era autor do seu filme, e a indústria deveria apenas cuidar dos interesses comerciais da obra. Tal divisão entre o cinema pautado pela “espetacularização” e os filmes autorais ficou mais forte nos anos de 1970 e 1980, onde os críticos julgavam que os *blockbusters* eram “obras vazias, cujo único objetivo era atrair o maior público possível e que pouco favorecia a reflexão por parte do espectador, diante da obra a que assistiam”.⁸⁷

Contudo, não bastava apenas ser autor do seu filme – e, assim, ser o roteirista da obra; era necessário que o próprio cineasta investisse na sua produção, o que dificultava a entrada de um cineasta no *status* de profissional autoral, criando, dessa forma, uma política elitista.

Foi em *M.A.S.H* que Robert Altman ficou conhecido pelo público em 1970, cuja história se passa em uma unidade médica militar durante a Guerra da Coreia, mas fazendo alusões indiretas à Guerra do Vietnã, que estava ocorrendo no período do filme. *M.A.S.H* conseguiu cinco indicações ao Oscar e a liberdade para o cineasta realizar novos projetos, inclusive abrir a sua própria produtora de filmes como uma forma de se defender dos grandes estúdios:

⁸⁶ Sobre a criação do conceito de “política de autores”, o historiador Flávio Vilas-Boas Trovão nos explica: “Os editores franceses da revista *Cahiers du Cinéma*, Jean-Luc Godard e François Truffaut, que tornaram-se também cineastas, foram os principais responsáveis pela conceitualização e difusão da política de autores. Tal política baseava-se no princípio de que o cinema, antes de ser um produto comercial, era um campo de arte e, enquanto tal, deveria ter o seu artista, o autor da obra”. In: TROVÃO, Flávio Vilas-Boas. **O Exército Inútil de Robert Altman**: Cinema e política. São Paulo: Anadearco, 2012, p. 149-150.

⁸⁷ Ibidem, p. 149.

M.A.S.H me deu bastante poder. Não me deu dinheiro, mas me deu o que eu queria: poder fazer outras coisas. Saí de *M.A.S.H* com uma longa lista de projetos à minha escolha. Alguns deles não deram certo, mas ao menos foram exibidos, então, todos saberiam quando um bem-sucedido aparecesse.

M.A.S.H foi um sucesso de público e de crítica. Isso nos instiga a pensar por que esse filme foi tão bem-sucedido em detrimento de outras obras do cineasta. Robert Altman ainda não era conhecido quando aceitou dirigir o filme, após a desistência de outros diretores. Os executivos, segundo o cineasta, mostravam descaso com a realização do filme, o que oferecia maior liberdade criativa para ele.

Entretanto, não podemos nos deter apenas na falta de interesse dos executivos. O professor Flávio Vilas Boas Trovão acredita que a política norte-americana dos anos de 1970 foi fundamental para o filme ser bem-sucedido. Com a eclosão do movimento gay e pela visibilidade da comunidade negra, um filme que criticava implicitamente a Guerra do Vietnã seria facilmente acolhido pelo público. Outro ponto é que o filme foi feito com baixo custo e, assim, não foi difícil ter um bom retorno econômico.

Para o crítico Luís Carlos de Oliveira Júnior, *M.A.S.H* não deixou de sofrer impasses com o estúdio da Fox na época do lançamento, chegando quase a ser descartado. Entretanto, apesar de conter as características próprias do diretor – muitos personagens, multiplicação de focos narrativos e crítica social – *M.A.S.H* diferenciou-se pelo fato de ser mais “agitado” do que os demais filmes do cineasta⁸⁸, como *O Exército do Inútil*, de 1983, que também era ambientado em uma guerra.

M.A.S.H tem como tema central o cotidiano insano de dois cirurgiões que atendem soldados na guerra da Coreia, em meio a muitas farras, mulheres e bebedeiras. O filme foi uma das maiores bilheterias do ano de 1970 e projetou a fama de Robert Altman.

Cinco anos depois, o cineasta produziu um filme que abrangia a música country, mas sem deixar a política de lado: *Nashville*. Nele, Altman dialoga

⁸⁸ Oliveira JR, Luís Carlos. Altman transmite a guerra por alto-falante. In: DELEFANTI, Angelo (Org.).

As muitas vidas de Robert Altman. São Paulo: Centro Cultural do Banco do Brasil, jun. 2008. (Mostra de Cinema), p. 83-87.

indiretamente com os problemas políticos que levariam a renúncia do então do então presidente Richard Nixon⁸⁹.

Utilizando vinte e quatro personagens principais, *Nashville* lança um olhar ácido sobre o universo empresarial da música country juntamente com a campanha política para a presidência dos Estados Unidos, além de fazer uma revisitação ao traumático assassinato de John Kennedy.

Nashville tornou-se uma das obras mais importantes do cineasta, não por ter interesse em divulgar um estilo musical; ao contrário, a intenção era satirizar o interior do país, por meios culturais, econômicos e políticos.

A respeito do momento de lançamento do filme, Antônio Marcos Aleixo defende a ideia de que *Nashville* representaria o fim de um ciclo denominado de “Renaissance Hollywoodiana”⁹⁰, em que, na década de 1960, os grandes estúdios sofriam prejuízos com produções grandiosas. Em contrapartida, jovens cineastas realizavam projetos de baixo orçamento com uma estética influenciada pelo cinema autoral europeu, que recebia o aval dos estúdios para realizar seus projetos.

Sobre a inclusão de Robert Altman nesse período, Antonio Marcos Aleixo comenta:

⁸⁹ Em 1972, o escritório do Partido Democrata dos EUA, que ficava em um conjunto de prédios chamado Watergate, foi invadido. O objetivo da invasão era colher informações confidenciais para usar como chantagem política. Depois de algumas investigações, foi descoberto que um dos invasores tinha ligação com o presidente Nixon, que comandava o esquema. Nixon renunciou em 1974. In: HOBSBAWM, Eric. J. **Era dos extremos**: O breve século XX (1914-1991). Tradução de Marcos Santarrita. São Paulo: Cia das Letras, 2008.

⁹⁰ Segundo Antônio Marcos Aleixo, essa “Renaissance Hollywoodiana” seria a geração de cineastas norte-americanos, da década de 1960, que se destacaram por elaborar filmes com uma estética importada da cinematografia europeia e roteiros de cunho social e político. Dessa maneira, tais cineastas usariam o aparato industrial para revolucionar, a fim de causar no espectador uma sensibilidade mais crítica com a obra. Entre os cineastas, Aleixo destaca Arthur Penn em *Bonnie & Clyde*, Dennis Hopper com *Easy Riders*, Mike Nichols em *A primeira noite de um homem* e Robert Altman. In: ALEIXO, Antônio Marcos. **Um épico possível**: refuncionalização de técnicas, formas e clichês, em *Nashville*, de Robert Altman. 2013. 332 f. Tese (Doutorado em Letras) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. Universidade Federal de São Paulo, São Paulo, 2003, p. 11-12.

Ainda que pertencesse a uma geração anterior aos “Hollywoods Brats”, Altman se aproveitou do período de relativa liberdade entre o começo da década e 1975 para produzir seus filmes mais ousados. Com o prestígio alcançado com *M.A.S.H* (idem, 1970), um sucesso de bilheteria que nunca mais conseguiria repetir, o diretor criou condições para produzir, em sequência, *Voar é com os pássaros* (1970), *Onde os homens são homens* (1971), *Imagens* (1972), *O perigoso adeus* (1973), *Renegados até a última rajada* (1974) e *Jogando com a sorte* (1974). Neste período, a cinematografia de Altman se enriqueceu com uma experimentação consistente e contínua; destacam-se o seu trabalho com uma equipe de atores e técnicos mais ou menos fixa, a utilização de diálogos improvisados e a resultante fragmentação de roteiros em narrativas incompletas que se entrecruzam, a utilização expressiva de movimentos panorâmicos, do zoom e do formato de tela Panavision, bem como o desenvolvimento de uma técnica de captação e mixagem de som que permitisse sobrepor vozes e ruídos, sem a perda da nitidez. Na medida em que todos esses experimentos foram potencializados em *Nashville*, é possível encarar esse filme como uma síntese do trabalho de Robert Altman na primeira da década de 1970, embora as dificuldades encontradas para produzi-lo já indicassem que ele seria, provavelmente, o último “rebento” da “Renascença Hollywoodiana”⁹¹.

Sob esse prisma, Aleixo reforça que, se *Nashville* marcava o fim dessa renascença, o filme *Tubarão*, de Steven Spielberg, representaria o modelo do que estavam por vir, os *Blockbusters*, a fim de capturar uma imensa bilheteria e estrondoso sucesso comercial, já que ambos os filmes foram lançados no verão de 1975.

O professor Flávio Villa Boas Trovão salienta que, até 1975, os filmes de Robert Altman e dos demais cineastas desfrutavam de um relativo sucesso, uma vez que “os valores tradicionais da cultura americana puderam ser questionados ou relativizados em obras cinematográficas como aquelas realizadas por Altman no período”⁹².

Como uma possível solução para dar continuidade aos seus projetos sem ficar dependendo do aval dos grandes estúdios que estavam preocupados com o retorno comercial das obras lançadas, Altman abriu a sua própria produtora, em 1976. A Lion’s

⁹¹ ALEIXO, Antônio Marcos. Um épico possível: refuncionalização de técnicas, formas e clichês, em *Nashville*, de Robert Altman. 2013. 332 f. Tese (Doutorado em Letras) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. Universidade Federal de São Paulo, São Paulo, 2003, p. 12-13.

⁹² TROVÃO, Flávio Vilas-Bôas. *O Exército Inútil de Robert Altman: Cinema e política*. São Paulo: Anadarco, 2012, p. 159.

Gate tinha por objetivo não focar apenas no campo artístico, mas também no setor administrativo dos negócios. Porém, não obteve sucesso em conciliar esses dois polos durante muito tempo:

Robert Altman se empenhou em adotar esses princípios. Em 1976 fundou a sua própria produtora, a Lion's Gate Film, que na época chegou a ser comparada a major MGM (Metro-Goldwyn-Mayer). Altman declarou, em entrevista a Bruce Williamson, em 1976, que a Lion's Gate tinha sido criada como uma forma de “autodefesa” em relação aos grandes estúdios. “A maior parte do meu dinheiro vai para esse lugar; o custo é de seiscentos mil dólares anuais só para manter as portas abertas. Mas estou mantendo um grupo de trabalho próximo que é muito importante para mim”⁹³.

Apesar de a empreitada de Altman ser corajosa ao se envolver diretamente com as áreas administrativas dos seus filmes, sem depender do mercado industrial hollywoodiano e, com isso, ter a possibilidade de seguir uma trajetória mais autoral na confecção das suas obras, ele não conseguiu manter durante muito tempo a sua produtora. A Lion's Gate Film foi vendida em 1981, uma vez que os seus projetos não custeavam a renda mensal necessária para manter o negócio.

O historiador Flávio Vilas-Bôas Trovão comenta sobre essa dualidade do diretor em criar a sua obra e ter controle sobre a indústria cinematográfica:

O que sua trajetória reflete, entretanto, é a dificuldade que o diretor tinha em equilibrar esses dois aspectos que envolvem o mundo cinematográfico. Por mais que Robert Altman compartilhasse de alguns princípios defendidos pela “política de autores”, ele conhecia bem a indústria hollywoodiana, para a qual trabalhava desde o final dos anos 1950. Nessa fase de sua carreira, aprendera que a questão financeira era crucial no ramo do cinema industrial. Em suas palavras, “todo mundo adora quando os dois lados da equação se juntam. Todo mundo ama quando um filme é bem-sucedido, mas se ele é bem sucedido apenas no aspecto artístico, as pessoas não gostam tanto assim”⁹⁴.

Bem verdade, os filmes de Robert Altman respondiam ao trecho em que ele lamentava a falta de sucesso do público, mesmo que o filme fosse aplaudido pelos

⁹³ Ibidem, p. 151.

⁹⁴ TROVÃO, Flávio Vilas-Bôas. *O Exército Inútil de Robert Altman: Cinema e política*. São Paulo: Anadarco, 2012, p.152.

críticos e pela sua qualidade artística. Suas obras não eram rentáveis e, muitas vezes, causavam prejuízo à produtora. Sua narrativa e seus estilos anárquicos de dirigir nem sempre agradavam o público.

O professor Marcos Soares resume, brevemente, o estilo peculiar de Altman em seus filmes:

[...] o caráter episódico do enredo e a multiplicação de personagens que formam a narrativa em “mosaico” de filmes como “MASH” (1970), “Cerimônia de Casamento” (1978), “Short Cuts” (1993), “Prêt-à-Porter”(1994); o equivalente sonoro desse procedimento efetuado pela sobreposição de diálogos e música na trilha sonora, utilizada em praticamente todos os seus filmes; o universo musical de “Nashville” (1975); a câmera em constante movimento de “O Longo Adeus” (1973); o trabalho de improvisação com atores, pelo qual Altman é famoso, que se transforma em assunto explícito do filme, na hilária seqüência do comercial da fita adesiva; o “caos estruturado” das longas seqüências sem corte, onde a câmera vai capturando meio “ao acaso” personagens e situações que cruzam seu caminho, numa multiplicação de assuntos e conversas secundárias, que recusam a ênfase nos “pontos fortes”, típica dos roteiros tradicionais⁹⁵.

Esses recursos cinematográficos empregados por Robert Altman ficaram conhecidos como a sua marca registrada nos filmes por ele dirigidos. Muitas técnicas utilizadas pelo cineasta serviram de influência para outros profissionais do ramo. As falas sobrepostas dos personagens, o grande número de personagens em cena e a improvisação dos atores não eram comuns de se observar nos filmes daquele período.

Contudo, se observarmos a filmografia do cineasta, constatamos que não foram todas as obras que tentavam fugir dos grandes filmes comerciais de Hollywood. Não podemos ignorar a questão de que ele não repudiava completamente a indústria da qual fazia parte, como ficou claro no início dos anos 1980, quando aceitou dirigir *Popeye*. Quais seriam as motivações para que o cineasta, que sempre realizou filmes autorais,

⁹⁵ SOARES, Marcos. Estética e político em Robert Altman. Revista NAU – Revista do Núcleo de Pesquisa em Comunicação do Audiovisual da Intercom, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 101, jan./jun. 2008. Disponível em: <http://dlm.fflch.usp.br/sites/dlm.fflch.usp.br/files/est%C3%A9tica_e_pol%C3%ADtica_em_robert_a_ltman.pdf>.

aceitasse uma proposta tão ousada para levar às telas um dos maiores personagens das tiras de quadrinho?

Em 1980, a Walt Disney Pictures e a Paramount Pictures decidiram produzir o desenho do marinheiro Popeye para o público infanto-juvenil. Visando atingir grandes lucros, o filme teve um grande orçamento. Contudo, durante a sua produção, houve discussões com a equipe envolvida na filmagem e Robert Altman. O resultado do filme não foi de todo desastroso, uma vez que a divulgação foi extensa nos meios de comunicação, mas não teve retorno satisfatório nem de público, nem de crítica.

Para o produtor de cinema Eduardo Ades, fica difícil para o espectador entender em qual tempo o filme se passa. Apesar de os quadrinhos datarem o ano de 1929, o filme utiliza como cenário e figurino elementos do século passado. Ades destaca o que chamou a sua atenção em um primeiro momento:

Natural, portanto, que, no filme, tenha chamado a minha atenção um contexto tão diverso – não só de pobreza, como de diversas outras relações, com toda a dimensão econômica desse lugar: pagam-se impostos, há que se achar um quarto para alugar, famílias mais ricas que as outras, etc. A princípio, julguei estar diante de um *Popeye* do século XIX. Formulei dezenas de teorias – encontrei viés perfeito para esse texto. Altman estaria utilizando um personagem de desenho animado para formular mais uma história de crescimento da América. Enquanto a oeste, as diligências desbravavam territórios, cowboys matavam índios, ocupavam terras... em suma, enquanto o oeste havia o western, no litoral havia *Popeye*.⁹⁶

De fato, *Popeye* ganhou uma nova interpretação de Robert Altman, que modificou uma história que, antes, se voltava mais para crianças e adolescentes; sua intenção era que um público mais adulto pudesse compreender as suas críticas nas entrelinhas:

A jogada de mestre de Altman é partir de um personagem destinado a crianças para fazer um filme adulto (ou melhor, “para toda a família”), com um forte comentário político subjacente. Fundindo duas (ou mais épocas) fundamentais da mitologia americana – a constituição do capitalismo americano no século XIX e sua reconstrução nas décadas

⁹⁶ ADES, Eduardo. *Popeye*. In: DELEFANTI, Angelo (Org.). *As muitas vidas de Robert Altman*. São Paulo: Centro Cultural do Banco do Brasil, jun. 2008. (Mostra de Cinema), p. 165-167.

de 1930 e 1940 – Altman cria uma espécie de alegoria da sociedade americana.⁹⁷

As ideias de Altman para o filme foram na contramão do que os estúdios esperavam para essa adaptação e, assim, não atingiu a aprovação do público alvo, que esperava uma produção similar aos moldes exibidos pelo desenho animado.

Nesse período do início da década de 1980, fica nítida a diferença que o filme *Popeye* teve se comparado com *M.A.S.H*: ambos foram custeados por grandes estúdios, mas feitos em épocas distintas. O professor Flávio Vilas-Bôas Trovão comenta esses dois casos:

Em *Popeye* o processo ocorrido foi o oposto àquele que se viu em *M.A.S.H*. Os estúdios Paramount Pictures e Walt Disney Pictures tinham uma grande expectativa com o filme que seria veiculado no final do ano, durante as férias escolares. Portanto, o público a que o filme se dirigira era, essencialmente, infanto-juvenil e seus familiares.⁹⁸

Assim, os planos de Altman para o filme eram divergentes do que a Paramount Pictures e Walt Disney esperavam. Com a intenção de ser um filme de verão, destinado à família, Altman não deixou de fora o seu olhar crítico a respeito do capitalismo norte-americano.

Segundo o cineasta, apesar de não ser atraído pelo personagem em quadrinhos, essa era a oportunidade de criar o seu próprio ambiente nesse mundo de fantasias. Transpor dos quadrinhos para a tela dos cinemas era uma ideia antiga, de forma que os estúdios da Paramount queriam fazer uma superprodução e, se possível, dar sequência a outros filmes sobre a história do marinheiro.

A história do bom marinheiro Popeye, que disputa o amor de Olívia Palito com o valentão Brutus, ganha contornos muito mais interessantes: o triângulo amoroso trabalhado no filme não se dá por vias românticas ou sentimentais, mas por contingências sociais. O noivado de Olívia com Brutus só ocorre porque o personagem

⁹⁷ Ibidem, p. 167.

⁹⁸ TROVÃO, Flávio Vilas-Bôas. **O Exército Inútil de Robert Altman**: Cinema e política. São Paulo: Anadarco, 2012, p. 155.

é rico e não cobra impostos da família da amada. Já Popeye segue princípios e conquista a família da moça, vencendo apostas que valem dinheiro e, por fim, joga Brutus na água.

Essa visão de Altman com o personagem Popeye causou insatisfação tanto aos fãs do quadrinho quanto aos fãs das obras de Robert Altman. O primeiro grupo não aprovou a arriscada adaptação da obra. O cineasta responsabilizou a Paramount por ficar preso ao desenho animado e não à história dos quadrinhos⁹⁹. Já os críticos que acompanhavam a trajetória do cineasta disseram que Popeye não se parecia com a narrativa já consolidada de Altman de se fazer cinema, além de ter uma péssima trilha sonora. No entanto, o cineasta confessa não ter nenhum arrependimento:

Toda vez que termino um filme, estou convencido que aquele será o maior filme de todos os tempos. Fico embasbacado quando dou de cara com aquela parede branca, que não consigo atravessá-la. O público sai do filme e diz “Que porcaria foi aquela?”. Mas ninguém me convence que Popeye foi um filme ruim. Isso é um problema deles, não meu. Do lado positivo, ele foi bastante imitado¹⁰⁰.

Apesar de *Popeye* figurar como um dos projetos malsucedidos de Altman, seria um erro considerar que o filme não segue o estilo do cineasta. Apesar de não ter as características que já elencamos, as quais podem ser encontradas em *Nashville*, *Short Cuts* ou em *Prêt-à-Porter*, o diretor fez seu trabalho ligado aos ideais dos estúdios da Paramount. Fez a sua interpretação sobre o personagem e o manteve mais próximo dos quadrinhos do que dos desenhos animados. Além disso, aproveitou o enredo para criar um contexto socioeconômico alegórico do país.

Neste contexto, Robert Altman decidiu fazer algumas produções de baixo orçamento e com maior liberdade criativa, posto que os estúdios estavam interessados em grandes interesses comerciais. É um erro dizer que Altman ficou exilado da indústria

⁹⁹ A diferença, nesse caso, torna-se perceptível ao espectador, como reforça o crítico Eduardo Ades: “Ao contrário da crença popular, no filme *Popeye*, o personagem título não gosta de espinafre. Isso segue fielmente as tiras dos quadrinhos originais. O marinheiro apenas veio gostar de espinafre na versão animada, para que se fosse um modelo a ser seguido pelos jovens”. In: ADES, Eduardo. *Popeye*. In: DELEFANTI, Angelo (Org.). **As muitas vidas de Robert Altman**. São Paulo: Centro Cultural do Banco do Brasil, jun. 2008, p. 135.

¹⁰⁰ Depoimento extraído do documentário **Altman, um retrato**. 1997. 57 min. Versátil Home Vídeo.

do cinema, uma vez que escolheu transpor peças de teatro para a sétima arte e, novamente, trabalhar para a televisão.

O aspecto político da época era diferente do cenário em que se produziu *M.A.S.H* ou *Nashville*. A experiência na televisão contribuiu para que o diretor utilizasse técnicas mais baratas e filmagens rápidas; a rentabilidade do projeto vinha mais na venda dos videocassetes e na concessão dos direitos de exibição do filme para a televisão do que da bilheteria.

Na década de 1980, o ex-ator Ronald Reagan chegou à presidência dos Estados Unidos, adotando uma série de medidas conservadoras no campo social e cultural, que chegaram até a indústria cinematográfica. Vale dizer que esse ramo, o do cinema, é o segundo maior setor da economia norte-americana, ficando atrás da indústria bélica, que atendia tanto o mercado interno quanto o externo.

Como o cinema representava os valores e as tradições da sociedade norte-americana, o governo de Ronald Reagan adotou legislações que favoreciam a indústria, além de reduzir os impostos. Em contrapartida, as produções filmicas deveriam estar de acordo com os interesses do seu governo. Reagan fora ator no passado, e por isso, tinha um razoável entendimento da dinâmica dos grandes estúdios. O professor Flávio Villas-Bôas Trovão ressalta a importância desse ofício para a consolidação política de Reagan:

Sua trajetória pessoal como ator exemplificava o potencial político de Hollywood. Não por acaso, em sua campanha para governador da Califórnia, em 1966, Reagan afirmou que “política é como show business”. Sua imagem como ator (ou seja, sua ação no campo de representação) tornava-se o principal atrativo para a construção da sua imagem política, à medida que traria parte da sua popularidade para o campo político. Da mesma forma, em sua atuação como presidente, utilizava-se das técnicas de interpretação que aprendera ao longo da sua vida profissional¹⁰¹.

Empresários treinados em Wall Street começaram a financiar grandes estúdios, como a MGM, a Warner Brothers e a Fox, seguindo a ordem de acúmulo de capitais. Reduzir o número de trabalhadores e atingir novos mercados consumidores eram os objetivos desses empresários, que encontraram em Hollywood um lugar seguro para

¹⁰¹ TROVÃO, Flávio Vilas-Bôas. **O Exército Inútil de Robert Altman**: Cinema e política. São Paulo: Anadarco, 2012, p. 161.

investir, uma vez que contavam com a ajuda das práticas neoliberais adotadas por Reagan, como aponta o pesquisador Elder Tanaka:

Hollywood, com o apoio ideológico do governo, tornou-se um porto seguro para os investidores, uma vez que o cinema era a “terceira indústria mais ativa em relação a aquisições corporativas, e a segunda mais atrativa para compradores estrangeiros na década de 1980”. Nesse cenário, produções de caráter progressista e artistas de esquerda passaram a ter cada vez menos espaço.¹⁰²

Outro aspecto que o governo não ignorou foi a faixa etária das pessoas que frequentavam o cinema. A maioria era constituída por crianças e jovens que ainda não tinham formação política consolidada, diferentemente da plateia formada por adultos que lotavam o cinema na década anterior. Diante desse fato, os estúdios de Hollywood investiram em filmes que permitissem uma nova interpretação sobre a guerra – em especial a Guerra do Vietnã – cujo protagonista era o nobre soldado ou veterano de guerra.

Outrora, na década de 1970, muitos filmes também abordavam a questão da guerra, mas continham uma crítica sobre a questão militar e os seus desdobramentos problemáticos, como, por exemplo, *Apocalypse Now*, de Francis Ford Coppola. Sobre esse período, o papel do soldado é diferente do estereótipo heroicizado dos anos de 1980, “caracterizando o soldado americano como desequilibrado e vítima da política belicista do governo”¹⁰³.

Altman projeta um novo filme que também se ambienta em tempos de guerra, além de tocar em questões delicadas sobre a homossexualidade e o preconceito racial, com *O exército inútil*, de 1982. O aspecto cômico da obra de *M.A.S.H* é esvaziado nessa obra, em que três soldados de realidades completamente distintas são obrigados a ficar confinados no mesmo recinto. O historiador Flávio Villa-Bôas Trovão pesquisou sobre esse filme e atesta que Altman estava na contramão da “romantização” do soldado

¹⁰² TANACA, Elder Koei Itikawa. **Jazz, indústria cultural e política em Kansas City, de Robert Altman**. São Paulo: Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade Federal de São Paulo, 2010, p. 109-110. (Dissertação de Mestrado).

¹⁰³ TROVÃO, Flávio Vilas-Bôas. **O Exército Inútil de Robert Altman**: Cinema e política. São Paulo: Anadarco, 2012, p. 165.

norte-americano tão retratado nos filmes da época, além de debater questões pouco discutidas no governo Reagan:

O filme *O Exército Inútil* fora reproduzido em um momento em que o ciclo de filmes que abordavam o “retorno do Vietnã” estava se estruturando em Hollywood, porém, sua narrativa e as questões problematizadas na caserna dialogam mais diretamente com a abordagem dada ao tema nos anos de 1970 do que naquele início de década. As personagens instáveis envolvidas em torno de conflitos raciais e sexuais do filme de Altman aqui analisado referiam-se, especialmente, aos problemas políticos que o governo Reagan tentava ignorar, que propriamente a guerra do Vietnã.¹⁰⁴

O exército inútil, inicialmente, foi uma peça teatral de autoria de David Rabe e dirigida por Mike Nichols no final dos anos de 1970. Sem investimento dos grandes estúdios, Altman financiou boa parte do projeto, contando com um número reduzido de atores. O responsável pelo cenário de alojamento – e o único – foi Stephen Altman, filho do cineasta. O longa foi filmado em apenas 21 dias, ficando restrito a circuitos de filmes de arte e algumas mostras de cinema; essa foi a alternativa encontrada para que Altman fizesse os projetos que lhe despertassem interesse.

Ao longo dos anos de 1980, Robert Altman procurou novos espaços para realizar seus trabalhos, inclusive na Europa. A televisão foi uma boa opção, onde dirigiu uma série notável sobre os bastidores das campanhas eleitorais em *Tanner '88*, da HBO. Ao acompanhar, sob a forma de documentários, a empreitada do fictício político Jack Tanner à presidência dos EUA, Altman conseguiu boa audiência na televisão e o prêmio Emmy.

Se, na década anterior, era difícil para cineastas independentes trabalharem em grandes estúdios, nos anos de 1990, esses grandes estúdios tiveram de se reinventar diante da emergência de novos meios audiovisuais – a TV por assinatura, o *home video* e o *videogame* – a fim de atrair um público mais vasto. Com isso, houve uma multiplicação no *marketing* e uma reorganização entre filme “autoral” e filme “comercial”.

¹⁰⁴ TROVÃO, Flávio Vilas-Bôas. **O Exército Inútil de Robert Altman**: Cinema e política. São Paulo: Anadarco, 2012, p. 170.

É nesse ambiente que Robert Altman ressurge no cinema norte-americano, com *O Jogador*, de 1992. O filme aborda justamente um campo que Altman conhecia bem: os bastidores dos grandes estúdios de Hollywood. A pedido do escritor Michael Tonkin, Altman aceitou fazer uma adaptação de *O Jogador* no cinema, cuja trama abordava a vida de um famoso produtor de cinema que recebe ameaças de morte dos roteiristas por causa do mau tratamento dado a eles. Mesclando artistas que topavam participar do filme e personagens fictícios, Altman atribui uma sensação de documentário nessa obra, artifício utilizado depois em *Prêt-à-Porter*.

Diante da adoração a filmes rápidos, Altman novamente se coloca na contramão: o plano sequência de *O Jogador* tem duração de oito minutos, sem cortes. Suas características também estavam presentes, com grande número de atores, falas sobrepostas e o constante uso do *zoom*.

No ano seguinte, Altman fez uma adaptação dos contos de Raymond Carver, escritos nas décadas de 1970 e 1980, cuja temática abordava o cotidiano da classe média norte-americana e criticava a política liberalista da época¹⁰⁵, apesar de Carver não considerar sua obra de cunho político, e, sim, “apenas histórias”. Ao transpor a sua obra para o cinema, Robert Altman novamente constrói teses sobre as diversas relações sociais no filme *Short Cuts – Cenas da Vida*.

¹⁰⁵ Claramente, as obras de Robert Altman dialogam com a situação política atual. Sobre essa perspectiva, o pesquisador Elder Tanaka faz uma importante reflexão acerca da política dos anos de 1990 e a indústria de Hollywood: “Como é possível observar o cenário político norte-americano da década de 1990 oferecia a Altman um cenário desolador. Depois dos governos republicanos de Richard Nixon, Ronald Reagan e George Bush, a esperança depositada no democrata Bill Clinton foi perdida, tão logo ele assumiu a presidência da república e passou a tomar medidas que contrariavam o seu discurso. Além disso, as relações escusas do presidente democrata com Hollywood e a compra de estúdios independentes pelas grandes corporações minavam cada vez mais os trabalhos de diretores progressistas como Altman”. As propostas políticas de Clinton pregavam a igualdade social e os direitos humanos, mas na prática adotou medidas inversas, como o corte com gastos públicos, poucas reformas no sistema de saúde e acordos comerciais para alavancar a economia norte-americana. Em relação à Hollywood, grandes estúdios adquiriram a posse dos estúdios menores, com a ajuda da política globalizante da época. In: TANACA, Elder Koei Itikawa. **Jazz, indústria cultural e política em Kansas City, de Robert Altman**. São Paulo: Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade Federal de São Paulo, 2010, p. 105-117. (Dissertação de Mestrado).

Usando o subúrbio de Los Angeles como cenário, vinte personagens, distribuídos em oito famílias, têm as suas vidas cotidianas apresentadas pelo cineasta, num um jogo desconexo entre personagens e situações.

Posteriormente, Altman decidiu materializar uma ideia que tivera nos anos 1980, quando esteve na Europa. Seu plano consistia em fazer um filme sobre o mundo da moda, após acompanhar a mulher em um desfile, com muitos personagens e em diferentes situações. Anos depois, em uma premiação, Altman comentou com Harvey Weinstein – produtor da Miramax – o desejo de fazer tal filme; este aprovou a ideia do cineasta e decidiu fazer o filme.

Prêt-à-Porter estreou nos cinemas em 1994. Por ter muitos personagens e histórias distintas que são conectadas através da semana de moda parisiense, é necessário fazer uma seleção descritiva dos personagens e uma análise pormenorizada da obra. Outro aspecto que nos interessa é saber como o filme foi recepcionado pelo público e, sobretudo, a reação de quem fazia parte desse universo interpretado pelo cineasta.

2.2 Os personagens e os “enredos” de *Prêt-à-Porter*

Antes de iniciar uma reflexão detalhada sobre o filme, é interessante, para facilitar a contextualização, compreender os variados enredos e os personagens que compõem *Prêt-à-Porter*:

- O alfaiate Sergei (Marcelo Mastroianni) é ex-namorado de Isabella de La Fontaine (Sophia Loren). Esta vive em um casamento fracassado com o Sr. De La Fontaine (Jean-Pierre Cassel), chefe do Conselho da Moda de Paris. O casal tem um cachorrinho chamado Robin, cujas fezes são pisadas diversas vezes pelos personagens ao longo do filme.
- A atrapalhada apresentadora de moda Kitty Potter (Kim Basinger) faz de tudo para conseguir um furo na Semana de Moda parisiense. Por estar alheia aos entrevistados e às situações, conta com a ajuda da assistente Sophie (Chiara Mastroianni), que lhe repassa as informações.

- A famosa estilista Simone Lowenthal (Anouk Aimeé) é dona da marca Lolo e amante do Sr. Fontaine. Sua grife passa por problemas financeiros e, contra a sua vontade, o seu filho Jack (Rupert Everett) decide vender a marca para uma fábrica de botas texanas de Clint Lammeraux (Lyle Lovette). O texano é assessorado pela ex-editora da *Vogue*, Slim (Lauren Bacall).
- A editora assistente de moda Anne (Julia Roberts) fica confinada em um luxuoso quarto de hotel após esquecer sua bagagem no aeroporto de Houston. Precisa dividir o quarto com o jornalista Joe Flynn (Tim Robins), que é pressionado a ficar mais tempo em Paris para investigar o suposto assassinato do Sr. Fontaine, em virtude de sua mala ter sido roubada por Sergei.
- Três editoras de moda são concorrentes: Sissy Wanamaker (Sally Kellerman) da revista *Harper's Bazaar*, Nina Scant (Tracey Ullman) da *Vogue Inglesa* e Regina Krumm (Linda Hunt) da *Elle*. Nas holofotes e na mídia, elas mantêm uma postura impecável, mas acabam se rebaixando para conseguir uma parceria com o badalado fotógrafo Millo O'Brannigan (Stephean Rea).
- A jornalista Fionna do *New York Times*, ao longo do filme, entrevista alguns personagens, como Simone Lo, Jack, Cy Bianco e Cort Romney.
- O estilista grunge Cy Bianco (Forest Whitaker) e o concorrente Cort Romney (Richard E. Grant) vivem se trucidando publicamente, mas escondem um envolvimento amoroso.
- O editor de moda de Chicago chamado Major Hamilton (Danny Aillo), na intimidade, traveste-se de mulher com a ajuda da sua parceira (Louise Hamilton)

2.3 Decupagem e análise de cenas

Inicialmente, a câmera foca um senhor comprando gravatas em uma seção de roupas masculinas da Christian Dior. Foca na imagem da propaganda de perfume da Dior, chamada *Poison*. Em português, o significado é “veneno”. Estaria o diretor

anunciando, de maneira implícita, que o mundo da moda é venenoso? Ou é venenoso quem faz da moda um veneno? O espectador mais atento já pode formular algumas hipóteses ao longo do filme.

Posteriormente, consegue-se observar a saída do senhor e onde ele se localiza: a Catedral de São Basílio, em Moscou, em um inverno rigoroso. A trilha sonora revela o suspense da trama, transformando-se em uma melodia rápida e animada.



Figura 1 *Cena inicial de Prêt-à-Porter* (1 min e 38 seg).

O posicionamento da câmera, então, não cumpre mais a função de observador. Seguindo a trilha sonora, ela começa a se movimentar freneticamente em círculos. Os créditos iniciais apresentam uma grafia em russo, juntamente com a variedade de nomes conhecidos de Hollywood que atuam no filme.

Ainda nos créditos iniciais, o cenário modifica-se. A paisagem que aparece na tela é Paris, com a câmera focando da Torre Eiffel até a janela de um luxuoso quarto. Um senhor recebe uma carta de Moscou. Ele abre e recebe gravatas com o papel indicando a marca inicial: Christian Dior. Diante do presente, ele ordena ao mordomo: “Sr. De La Fontaine: Que coisa medonha! Ponha na minha mesa.

O personagem segue subindo as escadas lendo a carta em voz alta: “Caro Sr. De La Fontaine”. Não sabemos o conteúdo integral da carta, mas fica visível ao espectador

que o presente foi dado pelo homem interpretado por Marcelo Mastroianni, na cena inicial do filme.

Em seguida, aparece um cãozinho e a personagem de Sophia Loren se arrumando em seu quarto. Ela é Isabella de La Fontaine, esposa do Sr. De La Fontaine. Irritada com as fezes do cachorro no corredor da casa, ela avista o marido e fecha a porta do quarto na cara do senhor. A sequência dessa cena ganha destaque: o Sr. De La Fontaine, distraído com a carta, acaba pisando nas fezes do cachorro.

É interessante notar que os personagens – tais como Sr. De La Fontaine, Sergei e Millo O’Brannigan – pisam nas fezes de cachorro ao longo do filme. O posicionamento de câmera utilizado é o *zoom*, recurso bem ministrado por Altman, a fim de o espectador saber exatamente o que está acontecendo em cena.



Figura 2 Personagem pisando nas fezes de cachorro (4 min e 39 seg).

O Sr. De La Fontaine entra no seu *closet*, e a câmera foca a televisão, que apresenta o seguinte programa: *Kim Potter: On the scene*. Como uma repórter com traquejos robóticos, Kim Potter, vivida por Kim Basinger, cobre a semana de moda em Paris e seus bastidores no Museu do Louvre:

Kim Potter: Neste momento, a moda em Paris é uma grande chatice. Mas a partir de amanhã tudo pode mudar; será o primeiro dia da coleção Prêt-à-porter. Trata-se de um estranho e animado momento

para a moda. A única regra é... não existem regras. Acompanhem a Kitty nos bastidores. Iremos beber “Diet Coke” com as “top models”. E conheceremos estilistas de “supernovos” a “superdesconhecidos”. Venham então aos bastidores, até aos ateliers de alguns dos maiores pensadores da moda.

É importante notar o recurso que o cineasta utiliza ao mostrar a televisão em diversos momentos do filme. Enquanto o Sr. De La Fontaine se arruma, o programa da Kitty Potter é exibido. Tal recurso foi utilizado por Altman em seu filme anterior, *Short Cuts*. A presença da televisão, em ambos os casos, serve para narrar os acontecimentos e conectar os personagens na trama.

Enquanto Potter narra as informações, imagens dos bastidores de desfiles que realmente ocorreram são mostradas no filme. Modelos fumando cigarros, maquiando-se e experimentando roupas, em alta velocidade, são exibidas na tela.



Figura 3 *Cenas reais utilizadas em Prêt-à-Porter – bastidores do desfile* (6 min e 3 seg).

Kitty e sua equipe tentam entrar nos bastidores com dificuldade, num contexto em que todas as ações ocorrem muito rápido. Com muita insistência, ela consegue trocar algumas palavras com o estilista francês Tierry Muggler:

Kitty: Tem sido dito que a sua roupa tem uma marca explícita de sensualidade, contrária à mulher de hoje, independente do homem. Tanto eu como as telespectadoras gostaríamos de saber o que pensa.

Tierry Muggler: O importante é ressaltar a silhueta delas – com a mão empurrando o microfone ele alega – e ajudá-las a transarem.

Na próxima cena, vemos outro desfile destinado a cachorros de raça. Isabele aparece penteando o seu cão para participar dessa competição. Rapidamente, a cena é interrompida para mostrar uma agência que recruta novas modelos. Surge uma jovem modelo grávida chamada Albertine:

Agente: Olha quem está aí. Que bom.

Albertine: Aconteceram grandes coisas...

Agente: Gêmeos?

Albertine: Óvulo e esperma se adoram. Não, trigêmeos. Lamento, não vou participar do seu desfile este ano.

Agente: Não tem problemas. Consegue a Eve?

Na tomada seguinte, o Sr. De LA Fontaine chega ao aeroporto. No local, também estão Kitty e sua equipe prontos para fazer uma reportagem. A jovem jornalista Anne, vivida por Julia Roberts, perde a sua bagagem no aeroporto em um bar de Houston, sua cidade natal.

Kitty consegue um “furo” com Sr. De La Fontaine graças ao pedido de sua assistente Sophie. Esta oferece as orientações a Kitty, que aparenta estar alheia a tudo: “Sophie: Este é Olivier de La Fontaine. Tente descobrir o que ele faz aqui [no aeroporto]”.

Usando a gravata que “ganhou” de Serge, Fontaine concede uma entrevista para Kitty:

Kitty: Olá Olivier. Que gravata bonita. Tem um monte de gatinhos. E eu me chamo Kitty¹⁰⁶ – forçando uma risada.

Fontaine: Que graça!

Kitty: Deixe-me adivinhar. É uma Charvet ou Dior?

Fontaine: Um Dior, claro...

Kitty: Bingo.

¹⁰⁶ “Kitty”, em inglês, é um apelido para “gatinha”.

Sergei aparece disfarçado no aeroporto. Nessa cena, nota-se a mudança da caracterização do personagem, uma vez que ele troca Ushanka (tradicional chapéu russo) por uma boina francesa. Rapidamente, ele se aproxima de Kitty e de seu entrevistado:

Kitty: Aqui é Kitty Potter. Direto do Aeroporto Charles de Gaulle, onde a inteligência internacional da moda, como costumo dizer, em todas as suas mutações me rodeia, vinda de todo mundo. Vamos esperar algo especial hoje?

Fontaine: Especial?

Kitty: Especial... bem, toda Paris não tem parado de falar numa beldade chamada Lisa, que ela definitivamente vai passar para a Chanel. E sei que ela está chegando. Existe uma possibilidade de você estar aguardado a sua chegada?

Fontaine: Não, vim receber a imprensa, os compradores, você – Sergei se aproxima do casal – vai ser uma temporada fantástica.

Sergei discretamente aponta para a sua própria gravata, que é idêntica à de Fontaine, que olha preocupado. Ele pede licença à jornalista e sai para procurá-lo. Encontra-se, então, discretamente com Sergei e diz: “Fontaine: *Nem tive tempo de almoçar e mudei de camisa por causa da gravata*”.

Kitty começa uma entrevista com três mulheres conhecidas do mundo da moda. Ela faz as apresentações:

Kitty: E aqui temos a Paris Troika¹⁰⁷, as três mulheres mais poderosas no mundo das revistas de moda. A inflexivelmente fabulosa Sissy Wanamaker, da *Harper's Bazaar*.

Sissy: Olá, Kitty.

Kitty: Olá, Sissy. A impossivelmente sofisticada Nina Scant, da *Vogue Inglesa*.

Nina: Santo Deus, nunca me vi descrita dessa maneira. Olá.

Kitty: E a implacavelmente artística Regina Krumm, da *Elle*.

Regina: Oi – com certo estranhamento – oi.

Kitty: Bem-vindas a Paris.

¹⁰⁷ A personagem faz um trocadilho com Perestroika.

Capítulo II

A trajetória cinematográfica de Robert Altman e o mapeamento de Prêt-à-Porter

Um corte mostra Fontaine pedindo um sanduíche ao lado de Sergei. Novamente, a cena da entrevista é mostrada:

Sissy: Tenho o melhor diretor artístico da década, talvez o melhor de todos os tempos – com ar de arrogância – os maiores fotógrafos, manequins, editores e escritores.

Kitty: Acho que as campanhas da *Elle* ficam atrás...

Regina interrompe a fala de Kitty:

Regina: Acho que a *Elle* está passando por uma fase muito excitante”.

Nina: A *Elle* traz imensos artigos sobre sexo e acho ambas as revistas interessantes e divertidas, mas a última palavra sempre pertence à *Vogue*.

Em uma disputa de ego entre as três mulheres, a cena rapidamente volta para Fontaine falando para Sergei segui-lo até o seu carro.

Kitty prossegue fazendo novas entrevistas no aeroporto, descartando um homem, que se diz editor de moda em Chicago, que pede para ser entrevistado. Segundo a repórter, ela não faz entrevistas “não programadas”. Contudo, sua assistente sempre corre atrás de grandes figuras conhecidas do mundo da moda para participar do seu programa, como o badalado fotógrafo Millo.

Kitty: Estamos prontos para gravar. Estou com Millo O’Brannigan, o fotógrafo de moda mais requisitado nos dias de hoje. Millo, há décadas que você controla o *look* da década dos anos noventa. Como você consegue se manter no topo?

Millo: Com certeza da mesma maneira que você, Kitty.

Kitty (desconcertada): Com trabalho árduo e por acreditar em si mesmo?

Millo: Aproveitando-me da insegurança dos outros.

Na cena seguinte, vemos Jack (Rupert Everett) no ateliê de Simone Lo (Anouk Aimée) explicando para Fiona (Lili Taylor) o interesse na estilista em desenhar roupas só para mulheres:

Jack: Ela faz vestidos que realçam o corpo da mulher; vestir-se para homens nunca lhe interessou, apesar de já se ter despido para bastantes. A maior diferença entre homens e mulheres no mundo da moda é que as mulheres fazem roupas para elas e para outras

mulheres. E os homens, para a mulher com que gostariam de estar. Ou, na maioria dos casos, para a mulher que gostariam de ser.

Fiona: Você é casado?

Jack: Sou, com a Dane... amor chega aqui – Dane aparece distraída no telefone e vai em direção ao marido.

Dane: Seja mais simpático.

Jack: Esta é a minha mulher, Dane. E as suas famosas pernas. E esta é a famosa irmã dela, Kiki – todas com o porte de modelo – têm o mesmo pai. Pelo menos, é o que o agente delas nos diz.

Em outro ateliê, podemos observar o nervosismo do estilista Cy Bianco (Forest Whitnaker) com uma das suas modelos: “Cy: Desenhei a roupa no seu corpo e agora não cabe mais. Estou doido, ou o quê?”.

Ele destina o seu discurso à modelo grávida que aparece no início do filme. E continua, em tom de indignação: “Cy: Se eu fosse o (Christian) Lacroix ou o ladrão do (Karl) Lagerfeld, você tinha me telefonado”.

O ajudante de Cy tenta amenizar a situação: “Contratamos a Eve, que tem as mesmas medidas”. “Cy: *Odeio a cabeça tatuada dela.*”.

Eve finalmente aparece na próxima cena, exibindo um visual exótico e sendo intimidada por outro estilista, Cort Romney (Richard E. Grant), por estar careca. Pede a modelo Albertine, mas descobre que ela está passando por uma gestação.

Tais cenas mostram os conflitos em que as modelos não estão suficientemente “boas” ou no padrão de beleza para permanecerem no ambiente da moda, sendo descartadas nos desfiles e criticadas pelos estilistas.

Sergei e Fontaine aparecem presos ao congestionamento em uma fria avenida parisiense. Fontaine pede para o motorista olhar o que está acontecendo, enquanto eles voltam a conversar:

Sergei: Não queria falar sobre a minha mulher...

Fontaine o interrompe, comendo o seu sanduíche: Não, ouça, gosto muito de te ver, mas fiquei espantado – engasga com a comida.

Sergei: Não devia comer tão depressa.



Figura 4 Sergei e Fontaine em *Prêt-à-Porter* (18 min e 40 seg).

Fontaine morre engasgado e Sergei aproveita a ausência do motorista para fugir do local. Corre até o final da avenida, onde está ocorrendo uma sessão de fotos. O motorista avista Fontaine morto e pede ajuda aos transeuntes para capturar Sergei, que, sem querer, acaba sendo fotografado por Fiona até pular no Rio Sena.

Ao longo do filme, o cineasta faz um deboche sobre uma morte tão banal de um personagem tão importante; afinal, ele era presidente da Câmara da Moda Parisiense e estava na véspera do desfile anual. Temos, então, um jogo entre a imprensa sensacionalista, que, sem provas, já considera ter acontecido um assassinato e, também, a futilidade dos personagens ao se perguntar o que sentem com a morte de Fontaine. Os comentários são rasos, dando a impressão de que as relações eram movidas por interesses dentro dessa indústria. Sua morte, porém, não diminui a força do espetáculo durante a semana de moda.

Simone é informada pelo telefone sobre o possível assassinato de Fontaine, e todos os telejornais começam a exibir a notícia. Novamente, o filme leva-nos à cena do “crime”. Repórteres noticiam o ocorrido, modelos concedem entrevistas sobre o “assassinato” e policiais investigam sobre as características do suspeito que saltou no

Rio Sena. Em uma conversa com um guarda de rua, o diretor faz uma provocação sobre como ele identifica as pessoas que andam pela rua:

Policial: Pode identificar o homem?

Guarda: Para mim todos os homens brancos são iguais.

Policial: Então como identificava os seus patrões?

Guarda: Pela roupa, é claro. É assim que eu distingo toda a gente.

Em um hotel, Sergei tenta se esconder e apropria-se de uma mala deixada em um canto pelo jornalista Joe Flynn (Tim Robins). Anne também se hospeda nesse hotel. Joe faz *check out* no hotel quando recebe um telefonema para cobrir a morte de Fontaine. Ele não entende a importância do evento, já que o seu jornalismo nada tem a ver com eventos de moda. Ele é obrigado a dividir o quarto com Anne, já que Flynn tem de prolongar a sua estadia na França.

No local, a repórter Kitty entrevista a ex-editora da *Vogue*, Slim (Lauren Bacall):

Kitty: A única pessoa ainda viva que pode aconselhar as cores a Saint Laurent. Slim, você faz muita falta desde que se aposentou da *Vogue*.

Kitty: Tem algum novo projeto?

Slim: Vão descobrir no momento certo, mas agora quero te apresentar alguém especial. Clint (Lyle Lovett), vem cá. Clint Lammeraux, Kitty Potter.

Novamente, Slim tem uma contradição na trama. Ao ser anunciada como a única que pode aconselhar as cores da grife Saint Laurent, a personagem aparece calçando dois sapatos de cores distintas. A repórter Kitty só toma conhecimento desse daltonismo do personagem no final do filme, quando a assistente Sophie afirma que todos sabem da “dificuldade” de Slim.

Flynn fica desesperado ao saber que roubaram a sua mala, enquanto Anne corre para assumir a sua reserva no quarto. Novamente, acompanhamos a entrevista em que Slim fala sobre Clint

Slim: Sim principalmente isso, algodão farmacêutico...

Clint: Cobras, cascavéis, jibóias e lagartos – sob o olhar confuso de Kitty.

Anne e Flynn disputam o mesmo quarto de hotel, e ambos não têm acesso às suas bagagens. Em outro hotel, conhecemos uma nova personagem chamada Louise Marshall (Teri Garr), que fica surpresa ao ver Major Hamilton (Danny Aiello) na televisão.

Kitty faz uma nova entrevista, com a jornalista de moda Elsa Klensh, e pergunta-lhe o que está acontecendo com a moda na década de 1990.

Elsa Klensh: Esta é a ocasião mais importante, a semana mais importante da moda. É aqui que as coisas importantes do ano acontecem.

Kitty: Teve algum furo essa manhã.

Elsa Klensh: Sim, mas...

Kitty: Está guardando para o seu próprio programa, pessoal.

Em um quarto vemos Major Hamilton segurando uma calçola. Ele telefona para Louise, para falar sobre a calçola deixada na sua mala. Ele pede a ela que tenha mais atenção, para não escapar seus segredos. A seguir, a entrevista de Kitty com Elsa Klensh é retomada.

Kitty: Como estava Milão?

Elsa Klensh: Nossa, tive uma surpresa imensa. Conheço muito a moda. A saia curta está de volta. Estarão de volta pelo resto dos anos 90. É minha aposta. Vi saias pragueadas. Vi saias com linha A. Vi sarongues. Aí, de repente, a saia pufe surgiu. Lembra-se das saias de pufe de Lacroix? Todos faziam pufe, pufe e pufe. Pode ser que façamos pufe de novo antes da virada do século.

Kitty: Você vai usar?

Elsa Klensh: Duvido.

As editoras rivais Nina e Linda entram em seus respectivos quartos de hotel. Ambas perguntam aos mordomos onde a outra está hospedada e pedem para trocar de quarto. É visível que o quarto de hotel, mesmo com nomes diferentes, são idênticos e reforçam as excentricidades das personagens.



Figura 5 *Nina e Regina, em Prêt-à-Porter* (31 min e 22 seg).

Sergei consegue infiltrar em uma suíte com a mala de Flynn. Na polícia, os investigadores recebem as fotos do suspeito, que só mostram o casaco de Sergei: “Investigador: Sabemos o que ele vestia, mas não sabemos quem é”.

O estilista Cort conversa com Fiona e fala mal dos estilistas, em especial de Jean Paul-Gaultier e a ficcional Simone Lo:

Cort: Eu gostava (de Jean Paul-Gaultier), no começo, quando ele era meu protegido. Ultimamente, enveredou pra uma direção que não aprovo.

Fiona: Como Cy Bianco?

Cort: Por que levantar esse nome reciclado? – diz incomodado.

Fiona: Ambos são influenciados pela rua.

Cort: Que rua? Bond? – com desprezo – ou Camden Loch?

Jack e Slim reúnem-se com Clint para ver a sua nova coleção de botas. Contudo, Jack afirma que Simone não vai gostar desses produtos. Em uma sala, Millo aparece sendo paparicado pelas editoras de moda, com uma atitude completamente jocosa diante das bajulações.

Flynn e Anne ficam “presos” na suíte do hotel, em virtude da perda da bagagem. Mesmo assim, continuam fazendo o seu trabalho. Sergei, por sua vez, tenta ajustar o

terno roubado de Flynn com um grampeador. Ele fica surpreso ao ver Isabella na televisão e chama pelo nome da amada, cantarolando em italiano.

Anne, preocupada em dar continuidade ao seu trabalho sem achar suas malas, decide tomar vinho com Flynn. Na outra tomada, vemos os estilistas que participaram da coleção *prêt-à-porter* se reunirem para Millo fotografá-los. Nessa cena, um dos estilistas mais famosos da década, Jean Paul-Gaultier, aparece ao lado de Simone Lo.



Figura 6 Jean Paul-Gaultier e Simone Lo, em *Prêt-à-Porter* (43 min e 49 seg).

Na tela, vemos os principais pontos turísticos de Paris, com a voz de Kitty ao fundo anunciando o grande evento de moda:

Kitty: Aqui é Kitty Potter ao vivo no primeiro dia das coleções de outono em Paris. A multidão jovem da moda que veem à minha volta parece que vai começar a cantar “Bonjour, Paris” como no filme “Funny Face”. Na verdade, estão indo para as trincheiras. A moda, meus amigos, é guerra. Em uma semana, editores, jornalistas e compradores terão cicatrizes de batalhas, assim como usam a suas bolsas Prada e seus sapatos de plataforma de Westwood, como acessórios chiques – enquanto ela faz esse discurso o telespectador pode ver Sergei pisando em um cocô de cachorro na rua e Fiona correndo até o Museu do Louvre – até uma pessoa com vontade férrea como Regina Krumm, a editora liliputiana de *Elle* veio para o esporte sangrento. Com 86 coleções para verem, a vista embaça e o julgamento de vez em quando fica fraco. Usar óculos escuros também não adianta. Haverá grandes lapsos no gosto. Mas também haverá eventos encantadores, de rara beleza. E estarei em todos os lugares.

Essa é Kitty Potter, mantendo vocês todos informados – a câmera registra os bastidores de desfiles, cuja ficção se mistura com documentário ao retratar desfiles que não foram encenados para o filme.



Figura 7 *Cena de desfile não encenado para Prêt-à-Porter (45 min e 28 seg).*



Figura 8 *Cena de desfile não encenado para Prêt-à-Porter (46 min e 28 seg).*

Após acabar o desfile, Kitty entrevista o estilista responsável pela coleção acima, Christian Lacroix.

Kitty: Onde está o costureiro em seu métier, vocês perguntam. Eu respondo, aqui, no camarim de Christian Lacroix, o artista de Arles – lendo um resumo – o salvador do prêt-à-porter de luxo. Christian, foi uma coleção linda, perfeita. O que foi perfeito para você essa manhã?

Lacroix: Perfeccionismo pra mim não existe. Na moda, nunca estamos satisfeitos.

Kitty: Deixe-me perguntar uma coisa. As provas fotográficas das modelos estavam maravilhosas – a câmera mostra os personagens nos bastidores – como teve essa ideia?

Lacroix: Agora, a moda começa na mídia, nas revistas e modelos. Eu só queria pô-los na rua. Porque quero que as pessoas fiquem um pouco perturbadas e elas não sabem onde está a realidade, a moda, as revistas, a mídia, modelos, garotas de verdade. Eu queria misturar isso tudo.

Louise começa a peregrinação nas lojas luxuosas de Paris, onde sai com várias sacolas da estilista Sonia Rykiel. Esta aparece no ateliê de Simone Lo para visitá-la, na cena seguinte. O próximo desfile é de Christian Dior.



Figura 9 *Cena de desfile de Dior em Prêt-à-Porter* (50 min e 28 seg).

Cort visita Simone Lo, e a sua fala contraria a conversa que teve com Fiona, em que afirmava que Simone não estava nem aí para o trabalho dos outros estilistas.

Simone: Seu desfile não é hoje?

Cort: Isso não é importante. Nossa preocupação é com os amigos. Os negócios se ajeitam. Preciso ser honesto com você. Olivier – que era

amante de Simone – e eu nunca fomos grandes amigos. Mas você sabe disso – justificando-se – agora ser assassinado, estrangulado por um maníaco, faz minha pele se arrepiar. Pobrezinha, coitadinha. É a mulher mais corajosa na face da terra.

Simone: *É muito gentil* – sentindo-se incomodada – *de verdade*.

Já Kitty conduz uma nova entrevista, fica meio perdida diante das câmeras e recebe as pautas da sua assistente Sophie:

Kitty: Estou aqui com o homem mais bonitão que eu conheço. Monsieur Gianfranco Ferré, o estilista italiano da venerada Maison de Christian Dior. Gianfranco bravíssimo – tenta pronunciar a palavra em italiano.

Gianfranco Ferré: Muito obrigado, Kitty. Fala italiano muito bem.

Kitty: Quanto refinamento. O que o inspirou desta vez?

Gianfranco Ferré: A energia que uma mulher precisa hoje. Tento fazer o melhor possível. Amo as mulheres. Gosto de fazer fantasias com mulheres. Sempre imagino o que ela faz, como se move, o modo como pode se mover. Mas ela pode fazer o seu guarda roupa com peças diferentes, sem jogar fora estação após estação, claro que ela pode fazer a sua própria tradição com liberdade que precisa.

Nas ruas parisienses, Louise aparece saindo de loja em loja e, com o passar do filme, ela vai aumentando as quantidades de sacolas de grife que carrega. Pergunta para a vendedora se tem tamanhos grandes, ficando claro para o espectador que as compras não são pra elas.

Nos bastidores do desfile de Issey Miyake, Sergei procura por Isabele, que está na primeira fila acompanhando as apresentações. Anne acompanha o desfile pela televisão, enquanto Flynn tenta terminar o seu trabalho. Sergei chama a atenção do jornalista, pois ele está usando o seu terno.

Slim vai até ao ateliê de Simone para apresentar Clint Lammeraux, cujas botas texanas são oferecidas à renomada estilista com o logotipo “Lo”. Simone fica surpresa com o uso indevido do seu nome. Nos bastidores do fíccional desfile de Cort Romney, podemos ver a editora da *Elle Magazine*, Regina Krumn, colocando um bilhete no bolso de Millo O’Brannian para contribuir com a sua revista.

Em um desfile, Kitty senta ao lado do músico e ator Harry Belafonte, mas não o reconhece; logo depois, vai entrevistá-lo, demonstrando estar alheia a tudo que acontece ao seu redor.

Kitty: Estou aqui com um cavalheiro que dispensa apresentações. O que te traz aqui?

Belafonte: Estou fazendo um filme. Ronald Reagan se torna presidente de novo. E Nancy forma um governo paralelo. Sidney Poitier é um negro que assume a American Express.

A entrevista é interrompida quando Isabela desmaia ao ver Sergei na sua frente. Kitty aproveita a situação para fazer um furo, dizendo freneticamente que ela não está morta. Na próxima cena, vemos a real relação de Cort Romney com Cy Bianco, que aparentemente se mostram rivais, mas estão envolvidos amorosamente. Kitty entrevista Jean Paul Gaultier:

Kitty: Este homem nos deu a moda fetiche. Ele nos deu mamilos furados... acho que não posso dizer isso. De qualquer modo, diga quais suas ideias sobre beleza.

Gaultier: Não há apenas uma ideia sobre beleza. O que há são diferentes tipos de beleza. É exatamente o que eu tento mostrar em minhas coleções. Há pessoas diferentes vindas de partes diferentes que não têm perfil grego mas que podem ser lindas. Tento mostrar um pouco de tolerância no tocante a quão diferente se pode ser, tendo orgulho disso e de viver dessa forma.

Kitty: Acabaram de ouvir o nosso Mágico de Oz, Jean Paul-Gaultier. Falou Kitty da FAD.

Somos levados, então, até a suíte de Regina, onde conversa com Millo sobre a proposta de trabalhar com a revista *Elle*. Ela afirma com veemência que ficaria de joelhos para que Millo trabalhasse com ela, e o fotógrafo desafia-a a ficar nessa posição. Regina aceita e é humilhada e fotografada por Millo.



Figura 10 *Regina, de joelhos, sendo fotografada por Millo* (1 hora, 9 min e 31 seg).

Jack pega toda a coleção de Simone Lo para realizar uma sessão de fotos com as botas texanas de Clint. Millo é convidado a fotografar a campanha, e a câmera enfatiza o seu pé para mostrar que ele também pisou no cocô de cachorro. Durante a sessão, podemos ouvir a famosa música da cantora norte-americana Nancy Sinatra chamada *These Boots are Made for Walkin*¹⁰⁸, gravada em 1966.

A editora da *Harpers Bazaar's*, Sissy Wanamaker, também marca um encontro na sua suíte com Millo, usando sua sedução para tentar convencê-lo a participar da sua equipe.

¹⁰⁸ Que, traduzida, significa “essas botas foram feitas para andar”.



Figura 11 *Sissy Wanamaker tentando seduzir Millio* (1 hora, 16 min e 35 seg).

Novamente, Millio fotografa a editora em uma situação constrangedora, demonstrando que não se importa com as investidas dessas mulheres para conseguirem o seu trabalho. Na próxima cena, Kitty e sua inseparável assistente, Sophie, estão à porta de um famoso restaurante parisiense. Ao entrevistar Paolo Bulari, Sophie segura grandes faixas de papéis com a fala da repórter.

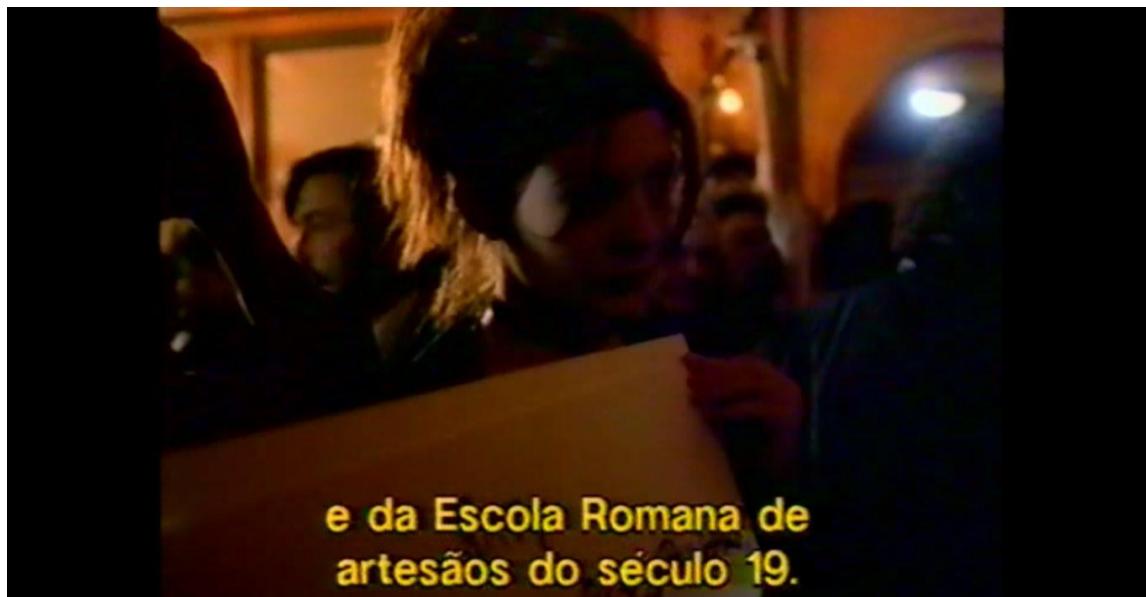


Figura 12 *Sophie auxiliando Kitty durante uma entrevista* (1 hora, 18 min e 23 seg).

Enquanto isso, Anne e Flynn têm aventuras sexuais no quarto de hotel, onde usam apenas roupões. Kitty é pega de surpresa e entrevista a cantora Cher; a repórter mostra-se despreparada para sustentar uma conversa sem o resumo feito por sua assistente.

Kitty: Sou Kitty Potter da FAD e esta é Cher. Como vai?

Cher: Bem.

Kitty: Está gostando? Estamos em uma festa da Bulgari. Em Paris, sim. Em Paris. Quer falar a respeito?

Cher: Na verdade, acho que a coisa toda atrás desse negócio de prêt-à-porter é porque as mulheres tentam ser bonitas. Nenhuma de nós parece a Naomi Campbell. Nenhuma de nós parece a Christy Turlington, é triste.

Kitty: E nenhuma de nós parece com você – a repórter interrompe.

Cher: Sou uma vítima e perpetradora disso. Não é o que a gente põe no corpo. É o que a gente é por dentro.

Kitty: Essa é Cher.

Finalmente, o espectador sabe mais sobre a relação entre Sergei e Isabela: eles namoravam na juventude e eram comunistas, quando Sergei decidiu se mudar para Moscou. Ele explica que não tinha como entrar em contato com a amada, uma vez que até mudou de nome por questão de segurança, trabalhando com alfaiataria, assim como o seu pai. Assumiu que, apesar de não ter gostado de ver Isabella casada com Fontaine, não o havia assassinado.

Ainda no jantar, Millo mostra as fotos humilhantes das editoras para Nina Scant, da *Vogue*. Sergei esconde-se no armário do quarto de Millo quando Sissy invade a suíte para pegar o negativo das fotos do seu último trabalho com as botas texanas. Ela também se esconde no armário, uma vez que Millo chega acompanhado de Nina, que é fotografada só de roupa íntima.



Figura 13 *Millo fotografando Nina* (1 hora, 32 min e 21 seg.)

Simone Ló fica enfurecida ao saber que o filho Jack vendeu a empresa para Clint, a fim de lucrar com botas texanas. Jack afirma que essa foi a única opção, pois estavam falidos.

O espectador finalmente descobre para quem são as roupas luxuosas que Louise compra. São para Major Hamilton, que se veste de mulher. No quarto do hotel, o Major fica maravilhado com as roupas que a sua companheira escolheu e prepara-se para ir a um evento trajando as vestimentas, onde Fiona entrevistas pessoas que frequentam o local.



Figura 14 *Louise e Major Hamilton, vestido de mulher* (1 hora, 53 min e 19 seg).

Fiona: Qual a diferença entre quem se veste de mulher e um travesti?

Travesti: Bem, vestir-se de mulher é outra forma de dizer travesti, o que é a mesma coisa, mas que vem do Latim

Fiona: Como escolhe as suas roupas?

Travesti: Este é o grande problema.

Fiona: Como assim?

Travesti: Porque tenho muitas coisas. É difícil escolher o que usar em cada ocasião e ser capaz de rir de si mesmo. E relaxar, aproveitar.

Somos logo levados aos bastidores do esperado desfile de Simone Lo. Nos ensaios, as modelos trajam roupas elegantes e minimalistas, mas calçam botas texanas, cujo sapateiro pode ser a única alternativa para salvar a grife, ainda que o seu produto não tenha a ver com a concepção estética que Simone propõe com a sua marca.

Na próxima tomada, Sergei e Isabella estão num quarto de hotel, relembrando o romantismo vivido no passado. Fica claro que o cineasta italiano flerta com o filme *Ontem, hoje e amanhã*, dirigido por Vítorio de Sica, em 1963. Nesse filme, a história acontece em três atos, onde a prostituta Mara (Sophia Loren) se apaixona perdidamente pelo seminarista Augusto (Marcello Mastroianni), filme considerado clássico do cinema italiano. A parceria dos atores em *Prêt-à-Porter* encerra o fim de mais de uma dezena

de filmes protagonizados pela dupla. A cena do *strip-tease* foi repetida depois de três décadas com os atores, onde Isabella pergunta para o personagem Sergei se ele já tinha esquecido, remetendo-se à cena original de 1963. Assim como na versão anterior, Marcello Mastroianni uiva como um lobo, mas cai no sono antes de ver Isabella completamente despida.

Isabella: Não, não Sergei, por favor, não. Vai para cama. Não se lembra? Já se esqueceu? Vai pra lá, vai pra lá... – se preparando para o *strip-tease*.



Figura 15 *Sergei e Isabella no quarto do hotel* (1 hora, 54 min e 47 seg).



Figura 16 *Sergei dorme enquanto Isabella faz o strip-tease* (1 hora, 55 min e 7 seg).

Sergei mostra empolgação no início da *performance* de Isabella, uivando a cada peça de roupa tirada. Contudo, satirizando a ideia de galã construída em torno do ator italiano Marcelo Mastroianni e de seus papéis que evidenciavam todo o seu charme com o sexo oposto, aqui como um personagem sexagenário, Sergei não acompanha Isabella até o final e cai no sono. Isabella deixa um bilhete em cima de Sergei escrito: dois maridos, dois cadáveres.

Por fim, o investigador da morte de Fontaine revela à imprensa a verdadeira causa do acontecimento.

Investigador: Queria dizer que as circunstâncias chocantes da morte de Olivier De La Fontaine não foram chocantes. O Sr. Olivier de La Fontaine morreu de bloqueio no esôfago, por causa de um pedaço de presunto.

Anne e Flynn acompanham a investigação pela televisão, de forma que, pela primeira vez, um vê o outro bem vestido. Eles afirmam que a investigação e a preocupação com a morte de Fontaine foram uma perda de tempo, mas reconhecem que se divertiram muito.

Na última sequência do filme, todos os personagens, como as editoras, os estilistas e a repórter Kitty, aguardam ansiosamente pelo desfile de Simone Lo, que faz um pronunciamento antes de começar a expor a sua coleção.

Simone: A coleção que estão para ver apresenta duas décadas de uma visão artística. Para mim, é o fechamento de um círculo e o começo de algo novo. Algo novo.

Modelos nuas começam a desfilar na passarela, causando estranhamento no público. Simone é a única estilista que aceita Albertine – a modelo grávida – a desfilar com sua coleção. Nua, ela é a única que aparece com véu de noiva e um buquê de flores na mão.



Figura 17 *Modelos desfilando nuas* (2 horas, 01 min e 34 seg).



Figura 18 *Albertine desfilando nua, com um véu de noiva* (2 horas, 2 min e 37 seg).

Indignada, Kitty sai durante o desfile juntamente com Sophie. Com um ar de revolta, ela pega o microfone e tenta expressar a mensagem que Simone propôs com a sua coleção.

Kitty: Aqui é Kitty Potter, ao vivo de Paris, no desfile de Simone Lo. O que posso dizer? Simone Lo nos mostrou tudo. Não sei quanto disso vai aparecer na TV. É tão novo, quero dizer, é tão velho, quero dizer.

Quero dizer, ela mostra como realmente é – com o público aplaudindo de pé o desfile – é tão velho, é tão verdadeiro. É tão verdadeiro, que é novo. É o visual mais antigo, o mais novo visual antigo. Simone Lo criou um novo visual para cada homem, mulher e criança. Todos vão poder comprar. Chama-se de “visual despido”. Então viva Simone Lo! – ela olha para a sua assistente e pergunta – mas que diabos estou dizendo? Pelo amor de Deus, o que está havendo aqui? O que está havendo neste planeta? Isso é uma loucura. Isso é moda? Há alguma mensagem em um bando de gente pelada andando por aqui? Estou sempre tentando entender essa besteira. Sabem de uma coisa? Para mim chega. Adeus, *au revoir*. Sophie, você tem uma carreira.

Surpresa, Sophie recebe o microfone de Kitty e retoma o comentário sobre o desfile de Simone Lo:

Sophie: Aqui é Sophie Choiset para o FAD TV. Em maio de 1968, o grande costureiro Balenciaga fechou seu ateliê e disse “não há mais ninguém para vestir”. Parece que Simone Lo acredita na mesma coisa. Acaba de nos mostrar uma celebração de moda no mais profundo sentido da palavra. Fez uma declaração hoje aqui que será sentida durante décadas. Escolheu o que vai influenciar todos os estilistas. E, principalmente, falou para todas as mulheres do mundo dizendo-lhes que o importante não é o que vestem, mas como pensar naquilo que querem e precisam da moda. Aqui é Sophie Choiset, de Paris, para FAD TV.



Figura 19 *Encerramento do desfile* (2 horas, 04 min e 56 seg).

Antes de encerrar o filme, uma dezena de crianças sem roupas aparecem brincando em um parque. Em seguida, Sergei dorme em um banco na praça durante o enterro de Fontaine. Lado a lado, temos pessoas muito bem vestidas acompanhando o caixão e crianças nuas e livres, sendo preparadas para a foto de Millo. Mais adiante, vemos uma campanha da Trussardi com dois modelos aparentemente sem roupas, com a seguinte frase: “*Get real!*”, que, traduzida, significa: “Caia na real!”.



Figura 20 *Crianças nuas diante da campanha de Trussardi* (2 horas, 6 min e 35 seg).

2.4 Possíveis caminhos interpretativos

Robert Altman surpreendeu a crítica com o filme *Prêt-à-Porter*, especialmente pela escolha do tema. O cineasta sempre foi ousado e crítico na escolha dos seus temas para elaborar as suas obras: a guerra do Vietnã, a AIDS, a indústria hollywoodiana, a música *country*. Sob esse prisma, Altman desafiou grandes figurões da indústria da moda ao retratar esse assunto. As críticas, tratadas com mais detalhes no capítulo seguinte, não foram favoráveis ao filme.

Até então, as parcerias entre cinema e moda, bem como entre estrelas do cinema e estilistas eram, e ainda são, combinações perfeitas. Não podemos dizer o mesmo sobre os filmes que satirizavam esse ambiente de maneira tão ácida, como Robert Altman se propôs a fazer.

Rixas entre modelos, bem como disputas de egos entre editoras de moda, fotógrafos badalados, estilistas espalhafatosos e repórteres incompetentes são ingredientes que o cineasta projetou como um mosaico em sua obra. E as piores críticas e resenhas sobre o filme foram realizadas por revistas de moda ou pessoas ligadas à moda.

Alguns elementos precisam ser esclarecidos para compreender melhor o filme *Prêt-à-Porter*, que tem como vitrine o movimento *fashion* parisiense da década de 1990. Os desfiles de moda tornaram-se cada vez mais grandiosos, verdadeiros espetáculos teatrais, como bem retratou Altman com imagens de desfiles – quase em tom documental – dos principais estilistas da época. Sobre os rumos da moda na década de 1990, a jornalista de moda norte-americana Paula Reed atesta:

A moda já não concentrava em empresas familiares, mas tornou-se uma grande rede de grandes conglomerados internacionais. Em um mundo que renovou a noção de luxo e ao mesmo tempo levou os vestidos mais chiques para o dia a dia e rebaixou os seguidores a “fashion victims” (vítimas da moda) [...]¹⁰⁹.

Posto isso, o filme já começa em ritmo frenético, com um movimento de câmera que rodopia de Moscou até Paris, enquanto a tela exibe os créditos iniciais. O espectador tem a sensação de rapidez e de efemeridade, características essas que podem ser atribuídas à dinâmica da moda.

Estilistas de grande renome internacional aceitaram participar do filme, cedendo entrevistas e até atuando, como foi o caso de Jean Paul-Gaultier¹¹⁰ e Sonia

¹⁰⁹ REED, Paula. **50 ícones que inspiraram a moda**: 1990. Tradução de Laura Schichvarger. São Paulo: Publifolha, 2014, p. 6.

¹¹⁰—. **50 ícones que inspiraram a moda**: 1980. Tradução de Laura Schichvarger. São Paulo: Publifolha, 2014, p. 48-49.

Rykiel¹¹¹. O primeiro destacou-se em meados dos anos de 1980, como já dissemos no primeiro capítulo, com as suas roupas que evidenciavam a irreverência e sexualidade feminina, que ficou ainda mais visível ao contribuir com o visual da cantora Madonna, com espartilhos e sutiã cônico para a sua turnê de 1990, *Blonde Ambition*.

Já Sonia Rykiel foi considerada a estilista feminina mais importante da França nos anos de 1970. Suas coleções mostravam conforto e minimalismo para as mulheres, sem perder a sofisticação.

Sobre o trio de editoras de moda que lutam entre si para conseguir o fotógrafo do momento – isso não se situa apenas no campo ficcional. Na década de 1990, existia uma batalha entre os gigantes editoriais *Condé Nast* e *Heart*, que gerenciavam grandes revistas de moda. E escolher um renomado fotógrafo significava apresentar credibilidade às matérias de moda¹¹². Muitos fotógrafos importantes, como o lendário Steven Meisel, exclusivo da *Vogue*, tiveram contratos milionários com as revistas de moda e começaram a ter reconhecimento público.

Como pudemos perceber, a roupa, muitas vezes, transita entre os desfiles de moda como um elemento de identificação no filme. Isso fica presente em três momentos do longa. O primeiro deles é quando o personagem Sergei compra uma gravata da grife Christian Dior para Fontaine e, por meio de uma carta, pede para que este a vista no dia do encontro no aeroporto.

No segundo momento, temos o investigador da morte de Fontaine perguntando a um guarda se ele conseguiu identificar o suspeito, e ele responde que todos os homens brancos são iguais, somente as roupas podem diferenciar um do outro.

Por fim, Fiona faz uma foto do suspeito e somente as roupas podem ser, uma vez que o rosto de Sergei não aparece. O seu casaco é o que se destaca no momento da investigação.

¹¹¹ _____. **50 ícones que inspiraram a moda:** 1970. Tradução de Laura Schichvarger. São Paulo: Publifolha, 2014, p. 78-79.

¹¹² REED, Paula. **50 ícones que inspiraram a moda:** 1990. Tradução de Laura Schichvarger. São Paulo: Publifolha, 2014, p. 14-15.

Assim, não é só nas passarelas ou na Semana de Moda que a roupa tem importância; isso o cineasta deixa claro ao longo da trama. Ele também faz o jogo inverso quando aborda a ausência de roupas. Os personagens Anne e Flynn são a prova disso, uma vez que ficam presos em um quarto de hotel por perderem a sua bagagem. Por ironia, eles têm de dividir o mesmo. O clima inicial de hostilidade é paulatinamente substituído pela atração sexual.

Além disso, o diretor sobrepõe imagens do desfile de moda – nos palcos e nos bastidores – com pessoas se digladiando durante o evento, enquanto o casal que fica preso no hotel, por não ter roupas disponíveis, aparece debaixo do edredom. É bem provável que o cineasta tenha tentado chamar a atenção para a ideia do desnudamento, não só com relação às roupas, como também ao comportamento.

O desfile final transmite essa noção, pois a estilista Simone Lo desiste de ceder à pressão do seu filho Jack para vender a sua grife a um rico sapateiro texano, cujo produto não tem identificação nenhuma com a marca. Seu desfile, que é aguardado, nos revela uma surpresa: a nudez de suas modelos como a renovação de um ciclo.

A ausência das roupas é concluída com o último desfile da Semana de Moda, na coleção da estilista fictícia Simone Lo (Anouk Aimée). As modelos são colocadas nuas nas passarelas, de modo que a nudez seria o último daquilo que se transformará em moda. Muito mais do que mostrar que as modelos sem as roupas representam um confronto com a indústria da moda, Altman está na contramão da segurança e da identidade proporcionadas pela vestimenta, onde a supremacia é do corpo em relação à roupa, e não o inverso.

A jornalista norte-americana Stella Bruzzi¹¹³ compara tal cena de *Prêt-à-Porter* com a história infantil *A roupa nova do imperador*, do escritor dinamarquês Hans Christian Andersen, lançado em 1837. No conto, um bandido se passa por alfaiate e propõe fazer um traje bonito e caro para o rei. Somente pessoas inteligentes poderiam enxergar essas roupas. O rei era muito vaidoso e decide aceitar a roupa. Ao encontrar com o falso alfaiate, que finge estar tecendo as roupas com fios transparentes, o rei

¹¹³ In: BRUZZI, Stella. Cinema and Haut Couture: Sabrina to Pretty Woman, Trop Belle Pour Toi!, Prêt-à-porter. In: Undressing Cinema: clothing and identity in the movies. London: Routledge, 1997

também finge gostar muito do traje, pois não queria ser tomado como burro. Decide vestir a “roupa” em público, mas uma criança indica a sua nudez.

Contudo, apesar da possível referência do cineasta ao conto dinamarquês, a intenção do desfile deixa subentendido o fim da criatividade da estilista Simone Ló, que é pressionada a associar a sua marca a botas texanas. Essa associação não tem conexão com a filosofia da sua marca, causando o renascimento de um novo ciclo. A fala da personagem Sophie é explicativa quando ela compara a atitude de Simone à frase de um importante estilista:

Em maio de 1968, o grande costureiro Balenciaga fechou seu ateliê e disse “não há mais ninguém para vestir”. Parece que Simone Lo acredita na mesma coisa. Acaba de nos mostrar uma celebração de moda no mais profundo sentido da palavra.

A escolha de Simone é a nudez em detrimento à junção de sua grife com uma marca de bota texana. A pesquisadora Fabiana Rodrigues traça a ideia do despir-se não só das roupas, mas dos valores que não têm mais sentido, para alcançar um novo recomeço:

A ideia de um recomeço no ciclo da moda, impregnado no discurso da personagem Simone Lo pode vir ao encontro com a questão da gênese humana, onde se nasce nu e por motivos culturais, logo nos primeiros momentos de vida, o pequeno ser é apresentado e vestido à sociedade. E assim durante toda a sua vida, ele vai se adornando com etiquetas, grifes e acessórios que vão compondo a sua história. Para recomeçar é necessário despir-se de tudo aquilo que não faz mais sentido ou que não agrega mais valor.¹¹⁴

Desse modo, a nudez levada às passarelas seria de suma importância para mostrar à plateia que a grife está recomeçando, a partir do zero, mostrando a vulnerabilidade da moda e, no caso, da grife que está beirando à falência. Os seus princípios artísticos sobressaem os interesses econômicos, contrariando a opinião do filho. Estaria o diretor fazendo uma alegoria da arte em oposição à indústria, já que o

¹¹⁴ RODRIGUES, Fabiana. **Simulação, Carvalização, Moda: Prêt-à-Porter?** Curitiba: Universidade Tuiuti do Paraná, 2010, p. 132-133. (Dissertação de Mestrado).

A trajetória cinematográfica de Robert Altman e o mapeamento de Prêt-à-Porter

próprio cineasta não abriu mão da sua arte para adentrar o circuito comercial das grandes indústrias cinematográficas? Não deixa de ser uma provocação proposta por Robert Altman, cujo mundo da moda também está dialogando com o universo do *glamour* hollywoodiano. Em uma entrevista concedida ao jornal *Folha de São Paulo*, Altman crítica o *marketing* exagerado sobre as obras de arte:

Folha de São Paulo: Sua visão sobre a moda mudou agora?

Altman: Eu nunca tive nenhum tipo de visão particular da moda. Tenho grande admiração por estilistas, que, na minha opinião, são verdadeiros artistas. Quem estraga a moda é gente de marketing. São iguais em qualquer meio, crueis.¹¹⁵

Conforme observamos no último tópico, o cineasta sempre discordou da política dos grandes estúdios de Hollywood, sobretudo na década de 1980, em valorizar o sucesso comercial da obra e colocar os aspectos artísticos e criativos do cineasta em segundo plano. Tal situação, com as devidas proporções, ocorre com Simone Lo, ao encarar a possibilidade de fechar o seu ateliê.

Assim, a nudez feminina na sequência final do filme não é vista como algo erótico; pelo contrário, é a libertação do corpo feminino, da própria estilista e, até mesmo, da repórter Kitty, que desiste de “entender” o mundo da moda, após o desfile. Durante a trama, alguns personagens são desnudados, seja o estilista homossexual que se passa por heterossexual, ou as editoras de moda que se humilham para conquistar o melhor fotógrafo para as suas revistas¹¹⁶.

O filósofo Lars Svendsen faz um brevíssimo balanço sobre a ausência das roupas à luz do processo histórico e como houve uma mutação sobre o significado do corpo nu:

¹¹⁵ JOORY, Eva. Robert Altman investiga o planeta fashion. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 20 dez. 1994. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/1994/12/20/ilustrada/1.html>>.

¹¹⁶ RODRIGUES, Fernanda. O nu feminino no cinema: uma estratégia sensível. *Baleia na Rede Revista online do grupo Pesquisa e Estudos em Literatura e Cinema da Unesp*, Marília, v. 1, n. 5, ano V, nov. 2008. Disponível em: <<http://www.marilia.unesp.br/Home/RevistasEletronicas/BaleianaRede/Edicao05/8-nufeminino.pdf>>.

O significado de um corpo nu varia enormemente: na Grécia Antiga, escravos e atletas andavam nus sem que isso fosse particularmente sensacional, e a nudez pública, segundo o teórico da cultura Nobert Elias, não constituía grande problema durante o século XVI, após que uma espécie de fronteira da vergonha foi erigida, exigindo que o corpo estivesse sempre vestido em situações em que era visível para outros. Em tempos recentes, essa fronteira de vergonha se tornou-se de novo mais frouxa em grande parte do mundo ocidental.¹¹⁷

Seria, então, a ausência de roupa uma privação, destituída de significações? A nudez no mundo contemporâneo representaria a sua “naturalidade”? Ou o corpo nu também já foi moldado pela moda? O diretor queria tirar o “disfarce”, no caso, a roupa, de dentro desse universo da moda?

Por fim, em tom de ironia, a nudez mostrada na passarela transforma-se em tendência para grandes grifes, como fica evidente ao mostrar o *outdoor* da grife Trussardi, onde dois casais aparecem na cama e despidos. Ao mesmo tempo, o fotógrafo Millo O’Brannigan faz um ensaio com bebês sem roupas.

A moda já estaria esgotada? Não existe mais nenhuma criatividade diante de tudo aquilo que já foi feito na indústria fashionista? O nu seria uma resposta à sociedade ávida pelo consumo e pela ganância? Robert Altman desafia seus espectadores a lidar com essas questões pertinentes e presentes no mundo atual.

Por meio do contato com as críticas, percebemos que o filme de Altman não passou despercebido. No próximo capítulo, analisaremos os motivos originais do diretor para a realização do longa e o que *Prêt-à-Porter* causou diante dos olhos do público, além dos novos significados que podem se dar à obra, seja por críticos de cinema, seja por estilistas e pessoas diretamente envolvidas com o mundo da moda.

¹¹⁷ SVENDSEN, Lars. **Moda**: uma filosofia. Tradução de Maria Luíza Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2010, p. 88-89.

CAPÍTULO III

A CRÍTICA E A ESTÉTICA DA RECEPÇÃO EM *PRÊT-À-PORTER*

Num mundo em que não há crítica, o elogio se torna sem sentido

Colin McDowell

Após a decupagem feita no capítulo anterior, podemos ter uma perspectiva ampliada sobre o filme de Robert Altman, *Prêt-à-Porter*. Inicialmente, vamos analisar as críticas do filme no ano de sua produção. Jornais, revistas de cinema e publicações de moda mostraram a sua opinião acerca do filme, que não passou despercebido. Profissionais do ramo da moda foram consultados para dar o seu julgamento sobre um filme tão crítico a essa indústria.

Investigaremos as diferenças entre as críticas dos profissionais que atuam no mercado de moda e os jornalistas críticos de cinema. Será que podemos visualizar uma diferença de opinião?

Apesar de o historiador se esforçar para compreender como o filme foi recebido pelo espectador, é muito difícil ter registro sobre o sentimento que a película provocou em cada pessoa que teve contato com a obra. Posto isso, utilizaremos uma série de críticas promovidas durante o lançamento do filme, de publicações nacionais e internacionais.

3.1 Uma breve análise da estética da recepção

O filme, lançado em 1994, não passou despercebido pela crítica, nem tampouco pelo público. Apesar de o estilo da narrativa do cineasta não ser uma surpresa – com uma gama de personagens, cortes rápidos, câmera frenética e histórias separadas, mas que são unidas sobre um mesmo tema –, Altman surpreende pela escolha do assunto.

Mesclando imagens de semana de moda parisiense com histórias ficcionais, ele se inspirou em trabalhar o tema logo após ter ido a um desfile de moda em Paris. Em

uma entrevista concedida à Folha de São Paulo, do dia 20 de dezembro de 1994, Robert Altman diz como foi entrar no mundo da moda para produzir o filme:

Folha – O senhor gosta de investigar a fundo em diversos segmentos da sociedade – a música *country* em "Nashville", Hollywood em "O Jogador". Como foi viver no mundo da moda?

Altman – Foi uma experiência fascinante. Foi como penetrar numa arena. Muita gente diz que o mundo da moda é um circo e, se esse for o caso, então é um circo maravilhoso. Eu já vinha desenvolvendo este projeto há mais de uma década, mas eu nunca havia conseguido o dinheiro necessário para o filme.¹¹⁸

Nesse trecho, Robert Altman revela que sempre apostou no projeto, mas faltavam recursos financeiros. No capítulo anterior, mostramos que Altman se empenhou para não se curvar apenas em produções de *blockbusters*, para as quais o apelo comercial era maior. O cineasta, ao longo da carreira, teve de conciliar os seus projetos autorais com o processo mercadológico exigido pela indústria cinematográfica.

Assim, o tema escolhido poderia gerar mal-estar entre os grandes estilistas, que, de alguma forma, se sentiram criticados ou caricaturados por alguns personagens e situações. Em um determinado momento, vamos ver que, durante a exibição do filme, pessoas que trabalhavam no mundo da moda se sentiram, sim, ofendidos com a película.

Quando questionado se a intenção de Altman era alfinetar alguém que pertencia a esse universo, Robert Altman defende-se:

Folha – Então, ao contrário do que muita gente pensa, o sr. não ataca o mundo da moda em "Prêt-à-Porter"?

Altman – De jeito nenhum. Meu filme é uma investigação sobre este mundo. Apenas isto.¹¹⁹

Apesar de alegar constantemente nas entrevistas que o filme não tinha a intenção de criticar ninguém, ao longo das críticas selecionadas, podemos perceber um

¹¹⁸ JOORY, Eva. Robert Altman investiga o planeta fashion. **Folha de S. Paulo**. São Paulo, 20 dez. 1994.

Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/1994/12/20/ilustrada/1.html>>.

¹¹⁹ Ibidem.

desconforto entre aqueles que trabalham no ramo da moda. Além disso, através da experiência que o filme causa do espectador, podemos investigar qual foi a reação do público diante de *Prêt-à-Porter*.

O historiador Alcides Freire Ramos salienta a importância de o historiador selecionar e analisar as críticas sobre o filme para compreender a relação do público com a obra:

[...] podemos tentar reconstruir a diversidade de recepções/interpretações do filme em questão a partir das evidências mais palpáveis que estão disponíveis para nós: os textos produzidos pelos críticos cinematográficos, tomados de forma global. [...] Provavelmente, isso tornará possível o restabelecimento da diversidade/complexidade do fenômeno de produções de significado¹²⁰.

Postas essas considerações, selecionamos uma série de críticas sobre o filme, todas escritas na época do seu lançamento. Para ajudar a desenvolver essa análise, utilizaremos como base fundamental os textos do teórico Wolfgang Iser, por intermédio da sua obra *O ato da leitura – uma teoria do efeito estético*, que, por meio da análise de textos literários, propõe uma dinâmica que visa a compreender o seu autor, a obra e a recepção do seu leitor. Portanto, o efeito da obra ficcional sobre o seu leitor deve ser levado em consideração. Iser explica a importância da recepção ao estudar determinada obra:

O efeito estético deve ser analisado, portanto na relação dialética entre o texto, leitor e sua interação. Ele é chamado de efeito estético porque – apesar de ser motivado pelo texto – requer do leitor atividades imaginativas e perceptivas, a fim de obrigar-ló a diferenciar das suas próprias atitudes. [...] Se a análise da literatura se origina da relação com textos, então não se pode negar que aquilo que nos acontece através do texto seja de grande interesse. Não consideramos um texto aqui como um documento sobre algo que existe – seja qual for a sua forma –, mas sim como uma reformulação de uma realidade já formulada. Através dessa reformulação advém algo ao mundo que antes nele não existia¹²¹.

¹²⁰ RAMOS, Alcides. Pensando o processo de recepção/produção de significados. In: _____.

Canibalismo dos Fracos: Cinemas e História do Brasil. Bauru: EDUSC, 2002, p. 52-53.

¹²¹ ISSER, Wolfgang. **O ato da leitura – uma teoria do efeito estético**. Tradução de Johannes Kretschmer. São Paulo: Ed. 34, 1996. v. 1. p. 16.

A partir desses pressupostos, devemos ficar atentos às interações que ocorrem entre o leitor (no nosso caso, a crítica) e o texto. A crítica age diretamente sobre a obra, fazendo outras leituras possíveis, alterando o seu sentido original através da sua consciência imaginária. O que nos interessa, neste capítulo, são os possíveis significados que o receptor pode conferir à obra, como pontua a professora Regina Zilberman:

É o recebedor que transforma a obra, até então mero artefato, em objeto estético ao decodificar os significados transmitidos por ela. Em outras palavras, a obra de arte é um signo, porque a significação é um aspecto fundamental de sua natureza, mas ela só se concretiza quando percebida por uma consciência, a do sujeito estético.¹²²

Além do cineasta (no caso, Robert Altman, que escreveu, produziu e dirigiu *Prêt-à-Porter*), o que configura determinado valor à obra é o seu leitor, no caso, o crítico. Sendo assim, selecionamos variadas críticas que estão disponíveis em acervos *on-line*, seja nacional, seja internacional.

3.2 A análise crítica de quem faz parte do mundo da moda

A crítica nacional que nos chama a atenção está voltada a uma série de convidados pela Folha de São Paulo para resenhar a sua avaliação sobre o filme. As pessoas escolhidas, da edição de sábado de 25 de março de 1995, trabalhavam na indústria da moda. Os enviados especiais são a jornalista de moda Érika Palomino, os estilistas Lorenzo Merlino e Walter Rodrigues, e a ex-modelo Virgínia Punko.

É válido compartilhar as críticas na íntegra neste capítulo, uma vez que não são textos longos. O primeiro da série foi escrito pela jornalista paulista Érika Palomino:

Tudo envolvido com o filme "Prêt-à-Porter" é melhor que o filme "Prêt-à-Porter". A idéia, os atores, os figurinos, a equipe de produção (capaz de armar o circo de um *feature film* junto do circo que são os desfiles), o diretor, a trilha sonora, o clipe, os livros, os bastidores, o

¹²² ZILBERMAN, Regina. *Estética da Recepção e História da Literatura*. São Paulo: Editora Ática, 1989, p.21.

roteiro algo inverossímil e, finalmente, o glamouroso, apaixonante e insuportável universo dos lançamentos do prêt-à-porter em Paris que lhe serve de base. Ou melhor, de pano de fundo. Muito do que mostra “Prêt-à-Porter” existe daquela maneira no mundo da moda (em Paris ou SP). A arrogância e a afetação dos estilistas, o *low profile* ensaiado de fotógrafos de revista, guerra fria entre editoras de moda concorrentes, aborrecidas festas, modelos escorregadias por não estar com o look certo.

Mas, infelizmente, Altman não consegue dar profundidade a nada. Tem mão pesada, falta de timing e obsessão pelo estilo de edição composto por histórias picotadas celebrado (para o bem) em “O Jogador” e consolidado (para o mal) em “Short Cuts”, onde esta linha já dava sinais de esgotamento.

Assim, de todos os coruscantes nomes de seus créditos, quem se mantém com a cabeça fora da lama são Julia Roberts, Tim Robbins, Lauren Bacall e Rossy de Palma. Marcello Mastroianni e Sophia Loren, como Gaultier, valem muito mais no filme por ser quem são do que outra coisa.

Na introdução do livro que traz o roteiro do filme, o jornalista Prian O. Leitch explica que Altman pouco se lixava para a moda até assistir a um desfile. E daí resolveu fazer o filme, convencido pelo “caráter de luta épica” do mundo da moda. Mas Altman parece não ter-se livrado do preconceito de outsider.

Por exemplo, para mostrar a burrice da jornalista, Kitty Potter (Kim Basinger), ele mostra que, na verdade, ela lê num teleprompter perguntas elaboradas por sua produtora (Chiara Mastroianni). Ao ver o desfile em que as modelos estão nuas, Kitty “pira”, desiste da profissão e deixa tudo nas mãos da produtora, que ela sim, entende do que está falando.

E sobre os parisienses, o máximo de crítica de costumes que Altman consegue executar é fazer com que os personagens pisem o tempo todo em cocô de cachorro.

Pena desperdiçar tantos bons motivos para sátira com um filme que é chato tanto para quem é de moda como para quem não é. Nos dois casos, o documentário “O Mundo da Moda” agrada mais aos dois públicos. Sendo mais único, crítico e irônico que o filme.¹²³

Logo após a crítica de Érika Palomino, temos uma breve crítica do estilista Lorenzo Merlini:

Depois de sua ironia e crueza em filmes como “Short Cuts” e “O Jogador”, todos aguardavam ansiosos para ver como Altman encararia

¹²³ PALOMINO, Érika. Altman vê o mundo da moda com preconceito. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 25 mar. 1995. Disponível em: <www.acervo.folha.com.br>. Acesso em: 29 nov. 2014.

o mundo da moda. O resultado me decepcionou bastante. O diretor não conseguiu imprimir à história veracidade e leveza. O filme tem personagens mal construídos, situações e diálogos inverossímeis, como a das três editoras assistindo aos desfiles lado a lado, as tops se "esbarrando" no desfile de Cy Bianco e a cena final.

Parece que Altman caiu no clichê e só enxergou no planeta *fashion* sua superficialidade. Fica difícil acreditar quando se tem alguma idéia de como as coisas funcionam na moda.¹²⁴

A seguir, temos as considerações da ex-modelo Virgínia Punko:

O tema do filme "Prêt-à-Porter" é cruel. Essa crueldade foi passada através de um certo glamour, luxúria e poder, mas também de uma forma cômica. Fiquei sentida de ver como Altman tratou o mundo da moda, sem nenhuma preocupação com o processo criativo dos estilistas. Eu também brigaria com ele pela crueza do filme.

No final, ele consegue inserir uma certa pureza tanto das modelos quanto dos estilistas. É bom ver que nem tudo na moda envolve dinheiro. Eu que vivo no meio, achei tudo engraçado, já estou ambientada, acostumada. Para quem não conhece, o universo parece louco. E quem não gostaria de viver esta loucura?¹²⁵

E, por fim, o estilista Walter Rodrigues tece as suas impressões sobre a obra de Robert Altman:

Junte *fashion victims*, estereótipos de estilistas, modelos galinhas, *cross dressing*, Marcello e Sophia (?), fotógrafo equivocado, editoras insaciáveis e cocô de cachorro. Acho difícil sair indiferente de "Prêt-à-Porter", porque num universo tão complexo quanto o da moda, fica difícil não se perder.

Não espere um tratado sobre moda, nem vá se você quiser saber sobre as últimas tendências (os desfiles já estão velhos e pior: só de marcas *déjà-vu*). Então o que resta? Bastante. Acompanhar o olhar de um leigo sobre um bando de pessoas que pensam estar produzindo a história, manipulando tudo, sentir inveja do casal que fica no hotel.¹²⁶

¹²⁴ MERLINO, Lorenzo. Personagens são mal construídos. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 25 mar.

1995. Disponível em: <www.acervo.folha.com.br>. Acesso em: 29 nov. 2014.

¹²⁵ PUNKO, Virgínia. Diretor ironiza mundo da moda. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 25 mar. 1995.

Disponível em: <www.acervo.folha.com.br>. Acesso em: 29 nov. 2014.

¹²⁶ RODRIGUES, Walter. Trama traz visão ampla da moda. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 25 mar.

1995. Disponível em: <www.acervo.folha.com.br>. Acesso em: 29 nov. 2014.

Fica claro o descontentamento dos enviados especiais do jornal sobre o filme de Robert Altman. Erika Palomino fez um texto mais aprofundado sobre as impressões de *Prêt-à-Porter*, que até julga conhecer os “motivos” de Altman ter feito o filme.

Ela levanta uma importante questão sobre os estilos estéticos e narrativos de Robert Altman, por meio de obras lançadas na época do lançamento do filme, como *O jogador* (1992) e *Short Cuts* (1993). Se buscarmos na filmografia do cineasta, podemos elencar outros filmes com a mesma variável que consolidou o diretor. *Nashville* (1975) e *Cerimônia de Casamento* (1978) possuíam longas tomadas, grande número de personagens e falas sobrepostas, além de soltar a câmera em vários personagens sob um mesmo local.

As características marcantes do cinema de Robert Altman também são citadas na crítica do estilista Lorenzo Merlino, que se decepcionou com o desempenho do filme ao compará-lo com trabalhos anteriores, novamente citando *O jogador* e *Short Cuts*. Tal constatação também chamou atenção de críticos de cinema, como atesta Janet Meslin, da *NY Times*¹²⁷. Ela enfatiza a falta de entrosamento dos personagens e a narrativa “bagunçada” no filme, comparando a semelhança de enredo com o filme *Nashville*, a exemplo de que esse último – para a crítica – tenha agradado o espectador. A crítica do jornal *Chicago Tribune*¹²⁸, escrito por James Berardinelli, cita os diversos filmes de sucesso de Altman e considera que *Prêt-à-Porter* “esteja muito longe dos melhores trabalhos do cineasta”.

Todas as quatro críticas descritas foram desfavoráveis ao olhar ácido de Altman sobre o universo da moda; contudo, os pontos de vista de Érika Palomino e Virgínia Punko não são semelhantes. A primeira atesta que o caos do mundo da moda, seja em São Paulo, seja em Paris, é bem retratado pelo filme. Já para Virgínia, Altman é

¹²⁷ MASLIN, Janet. Prêt-à-Porter: Altman's Swip at Fashion. **NY Times**, 23 dez. 1994. Disponível em: <<http://www.nytimes.com/movie/review?res=9F06E5DF1F38F930A15751C1A962958260>>. Acesso em: 3 dez. 2014.

¹²⁸ BERARDINELLI, James. **Read to Wear.** 23 dez. 1994. Disponível em: <<http://www.reelreviews.net/reelreviews/ready-to-wear>>. Acesso em: 3 dez. 2014.

duro demais com o que ocorre nessa indústria, sem levar em conta o processo criativo do estilista.

De fato, ao longo do filme, Altman mostra exatamente esse processo criativo com a personagem Simone Ló, que acaba desnudando as modelos no desfile final, pois não aceitava a parceria de sua marca com uma fábrica de botas texanas. O filme, porém, por contar com uma gama de personagens e variados assuntos, não poderia detalhar apenas o processo criativo do estilista, além do fato de esse não ser o objetivo do cineasta.

Contudo, Walter Carvalho considera um aspecto importante no seu texto curto, dizendo que *Prêt-à-Porter* não é um filme que o espectador vai encontrar as últimas tendências da moda, como já visto em filmes de outrora. Além disso, Carvalho pensa que o espectador não pode levar o enredo do longa com tanta seriedade.

A *Folha de São Paulo* traz na mesma edição outro texto sobre o filme, de autoria de Guto Barra, que conta com brevíssimas considerações sobre outras figuras que permeiam a moda brasileira de *Prêt-à-Porter*:

Mesmo com a maioria do mundo da moda ausente, devido à temporada de desfiles em Paris, a pré-estreia de "Prêt-à-Porter", anteontem em SP, atraiu convidados interessados no polêmico filme de Altman. O filme, que estreou nos EUA em dezembro do ano passado, só conseguiu despertar a raiva do mundo da moda americano e principalmente europeu, todos incomodados com a ironia do diretor.

Na semana passada, o estilista Karl Lagerfeld entrou com uma ação para impedir que o filme estreasse na Alemanha, seu país de origem. Lagerfeld alegou que o filme se referia a ele de forma difamatória, usando as palavras "plagiador e ladrão". Esta semana, por decisão de um tribunal de Munique, a versão alemã do filme recebeu bips sonoros para encobrir os insultos.

Em SP, o filme também dividiu opiniões. Poucas pessoas ficaram no meio termo. O fotógrafo Bob Wolfenson adorou: "O filme faz uma crítica pertinente ao mundo da moda, mas dá uma esperança".

A diretora do Phytoervas, Cristiana Arcangelli achou o enredo fraco: "Ele tinha material muito melhor para fazer o filme".

O fotógrafo Cristiano achou o filme chato: "Não se pode esperar muito de um filme inspirado em Sonia Rykiel".

A modelo Lara Gerin resume o filme de forma concisa: "O melhor é quando os atores pisam no cocô de cachorro".

"Achei o filme uma bobagem e démodé", diz a produtora Monica Mendes. "Os desfiles são tão passados que não interessam mais ninguém", conclui.

O fotógrafo Márcio Neves concorda: "O filme já é antigo na pré-estréia. Tudo que ele mostra já foi visto.

Já a estilista Pirilena Lacerda, riu muito com a história: "Ele faz um deboche e é óbvio que nenhum estilista ou mesmo modelo vão gostar".

Um dos que simpatizaram com "Prêt-à-Porter" foi o decorador Conrado Malzone: "Gostei da cena final e principalmente da performance de Sophia Loren".

Essa não é opinião do diretor de desfiles Paulo Borges, que assistiu o filme em Paris, com o maquiador Duda Molinos: "É irritante ver Sophia Loren montada daquele jeito. O melhor é Julia Roberts vendendo os desfiles pela TV". Molinos é mais condescendente: "É ficção, mas é divertido".

Em Paris, o editor de moda da revista "Vogue", Giovanni Frasson, decidiu-se por não assistir ao filme: "Me falaram que é tão chato!". Já Costanza Pascolato observou que o filme peca porque "não é nem documentário, nem ficção".¹²⁹

As considerações, em geral, foram superficiais acerca da obra, uma vez que fica evidente que grande parte dos entrevistados não conhecia outras obras de Robert Altman, nem tampouco as motivações do cineasta para elaborar o filme. Como bem pontua uma das entrevistadas, "nenhum estilista ou modelo vai gostar". É o caso do estilista Karl Lagerfeld, que teve dois problemas com o filme. Durante as filmagens, Lagerfeld proibiu a equipe de Altman de entrar nos bastidores do desfile. Altman foi considerado um intruso no universo da moda:

O mundo da moda era mostrado com as suas piores feridas. Diversos editores de revista de moda pediam para se sentar longe das câmeras do diretor. A resposta de Altman vem na crítica ácida da cena final. Um desfile composto inteiramente por modelos nus. O sistema era mais que um disfarce, era uma farsa.¹³⁰

¹²⁹ BARROS, Guto. Prêt-à-Porter divide mundo fashion em São Paulo. Folha de São Paulo, 25 de Março de 1995. Disponível em www.acervo.folha.com.br. Visualizado no dia 29 de nov. de 2014.

¹³⁰ EDUARDO, Cléber. Prêt-à-Porter. In: DELEFANTI, Angelo (org.). *As muitas vidas de Robert Altman*. São Paulo: Centro Cultural do Banco do Brasil, jun. 2008. (Mostra de Cinema), p.208.

A crítica de Eduardo Cléber a respeito do filme trabalha com o ponto alto do filme: o desfile final. Afirmar que a nudez do filme seria apenas uma resposta final do cineasta a esse ambiente seria empobrecer toda a trama. Muitas questões e hipóteses, trabalhadas no capítulo anterior, devem ser levadas em conta. Desde a reinvenção de Simone Ló com a sua grife e a sua escolha de não se vender por compradores que não lhe agradavam. Muito mais do que uma resposta ao mundo da moda, Altman estava levando a questão da arte se sobressair sobre o mercado, assunto que ele conhecia muito bem.

Retomando a questão do incômodo do estilista alemão Karl Lagerfeld, Altman acabou acrescentando críticas ao roteiro sobre a figura de Lagerfeld, que não se conformou e tentou banir o filme na Alemanha, sua terra natal. Apesar de não conseguir retirar o filme dos cinemas, Lagerfeld censurou os trechos em que são ditos, pelo personagem de Cy Bianco, que ele seria um plagiador.

Fica claro que o público que pertence ao ambiente *fashion* não gostou da forma como Robert Altman retratou o assunto. Sobre a questão da crítica sobre o universo do mundo da moda, o professor de filosofia Lars Svendsen afirma que o problema da moda está justamente na ausência crítica, o que retira o caráter de seriedade sobre o tema, ainda mais se comparado com outros procedimentos artísticos:

Por que a crítica de moda é importante? A resposta é simples: o campo da moda precisa de crítica se quiser ser levado a sério como prática estética. [...] Uma razão para a moda não ter alcançado o mesmo reconhecimento que outras formas de arte é que existem tradições de crítica séria no campo das artes visuais, da música, da literatura, do cinema, etc., ao passo que no campo da moda isto está em grande medida ausente. Nos jornais sérios, muito espaço é dedicado a críticas e análises substanciais das artes, mas em geral procuramos em vão por alguma coisa da moda. Há, é claro, matérias ocasionais sobre uma tendência importante, como a moda ecológica, ou o perfil de um estilista famoso, mas raramente vemos a análise e a avaliação cuidadosa de uma coleção, como as dedicadas às artes.¹³¹

Dessa forma, o crítico estaria propenso a desafiar os estilistas, impelindo-os a se superar em cada coleção, e não com um papel de mero bajulador de tal profissional

¹³¹ SVENDSEN, Lars. **Moda**: uma filosofia. Tradução de Maria Luíza Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2010, p. 183-184.

da moda. O filósofo defende que os jornalistas de moda desempenham um papel de extensão de *marketing* das empresas de moda, em vez de escrever críticas¹³² concisas sobre o tema.

Então, *Prêt-à-Porter* causou desprezo nas pessoas que transitam nessa indústria. Seriam os estilistas e outros profissionais do ramo não coniventes com a crítica negativa? Na literatura e nas artes, a crítica negativa faz parte da dinâmica, enquanto no mundo da moda ela não é encarada como parte essencial do acolhimento de uma coleção. Como em qualquer campo da arte, o estilista está propenso a ter fracassos nas suas criações.

Assim, o espectador que não pertence a este ramo não vai se importar com as cenas de deboche que o cineasta leva às telas, como quando os personagens são colocados em situações constrangedoras. Deve ficar claro que *Prêt-à-Porter* não é um filme de moda, mas uma interpretação de Altman sobre o universo da moda. E foi um dos pioneiros a fazer uma crítica escrachada sobre esse ambiente, uma vez que os filmes produzidos enaltecia o mundo da moda e, muitas vezes, mostravam-no como um grande agente transformador para o personagem principal, como ressaltamos no primeiro capítulo.

Podemos concluir que as críticas oriundas dessas personalidades que permeiam tal indústria não conseguem compreender a investigação do cineasta sobre o mundo da moda, tendo em vista que ele não fazia parte deste ambiente. Altman cumpre um papel que é quase inexistente nas revistas de moda, que têm mais anúncios de grifes do que críticas expressas e historicamente fundamentadas sobre estilistas e coleções.

Cabe, por fim, ressaltar a importância que os críticos exercem sobre os consumidores, que são colocados diante de múltiplas modas e tendências. É essencial informá-los sobre as qualidades e defeitos desses objetos, além de abrir caminhos a

¹³² É interessante ver o conceito do próprio filósofo sobre o significado da crítica: “A palavra crítica origina-se do grego *krineim*, que significa julgar ou decidir. Significados adicionais são separar, distinguir, discriminar, determinar etc. Na mesma linha, a palavra grega *kriticos* referia-se a um membro de júri que proferia um veredicto. A crítica é uma prática que visa anunciar julgamentos sobre objetos, distinguindo sobre o que é bom e o que é mal. Vale enfatizar que a crítica pode ser tanto negativa quanto positiva”. In: Idem, p. 189.

novas possibilidades estéticas, a fim de aproximar o consumidor à indústria cultural e minimizar o impacto dos profissionais do ramo ao serem confrontados com outros tipos de interpretação – ainda que seja na forma de crítica ácida – sobre o mundo que os cerca.

Altman, apesar dos usos da ironia e da crítica explícita sobre esse universo, não achincalha a indústria como um todo. Existem personagens que resgatam o caráter nobre da moda: Fiona, que exerce o papel de jornalista contestadora; a assistente Sophie, que tinha muito conhecimento sobre as figuras e situações que ocorreram durante o desfile de moda; e, principalmente, a estilista Simone Lowerthal, que não preza o aspecto financeiro se a proposta não for condizente com a sua criação.

3.3 Análise dos críticos de cinema sobre *Prêt-à-Porter*

Conforme analisamos no último tópico, as pessoas que transitavam no universo da moda interpretaram o filme como uma grande ironia e uma sátira mal feita sobre o tema. Analisaremos, agora, os textos elaborados por críticos de cinema para verificarmos se existem diferenças. Será que o tema do filme e a forma como foi tratado entrarão em questão? Ou o estilo cinematográfico de Robert Altman é que será o centro dessa crítica especializada?

Para esta segunda parte, selecionamos seis críticas: uma feita pelo crítico brasileiro Cléber Eduardo e cinco norte-americanas, extraídas dos principais jornais da época, que disponibilizaram o seu conteúdo de modo *on-line*. Somente a crítica nacional foi feita anos depois do lançamento do filme. Por serem textos longos, selecionamos os trechos que mais nos chamam a atenção.

Cléber Eduardo fez uma resenha do filme após a mostra “As muitas vidas de Robert Altman” ser apresentada pelo Centro Cultural Banco do Brasil, realizada em 2008, quando foi um dos críticos convidados para elaborar um livro com o mesmo título sobre as várias obras do cineasta.

Contrariando as visões dos “críticos” profissionais da moda, Eduardo atesta que o cineasta leva a moda à sério, uma vez que a acidez fica restrita a certos personagens, como a jornalista mal informada Kitty, que, logo após o desfile final, é substituída pela culta assistente Sophie.

Contudo, são os recursos estéticos com que Cléber Eduardo¹³³ se preocupa, em especial com o uso do *zoom*, técnica utilizada em várias obras do cineasta. O *zoom* procura mostrar a particularidade da cena, especialmente quando os personagens pisam nas fezes de cachorro.

Robert Altman já havia sido criticado pelo uso constante do *zoom* nas suas obras, como em *Short Cuts – Cenas da Vida*. A pesquisadora Solange Almeida Grossi analisa que grande parte das críticas por ela trabalhadas dava mais ênfase à posição da câmera do que ao tema tratado. Sobre o constante uso do *zoom*, Altman explica os seus motivos:

A este propósito, durante uma entrevista, Altman responde à pergunta “Você acha que o uso do zoom é manipulador? com as seguintes palavras: “É claro que é manipulador [...]. A lente de zoom, a atenção a ela, a aproximação – muitas vezes eu faço para mostrar o que eu estou fazendo, para que eu saiba que você sabe que é o que eu estou fazendo”.¹³⁴

Se compararmos o uso de *zoom* em *Short Cuts* e em *Prêt-à-Porter*, observaremos que, geralmente, ele ocorre em situações “desagradáveis”, como espremer cravos ou pisar em fezes, explicitando o rebaixamento da vida contemporânea.

¹³³ EDUARDO, Cléber. Baile de Máscaras. In: DELEFANTI, Angelo (Org.). *As muitas vidas de Robert Altman*. São Paulo: Centro Cultural do Banco do Brasil, jun. 2008, p. 167.

¹³⁴ GROSSI, Solange de Almeida. **Short Cuts de Robert Altman**: atalhos para as formas de ilusão contemporâneas. São Paulo: Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade Federal de São Paulo, 2007, p. 32. (Dissertação de Mestrado).

Para Janet Malins¹³⁵, do *New York Times*, o filme não é uma das melhores obras de Robert Altman, uma vez que o grande e conhecido elenco fica sem função ao longo da trama: “são deixados à deriva de forma chocante”.

Malins defende que, em *Nashville*, os vários personagens foram bem trabalhados, diferentemente do que ocorre em *Prêt-à-Porter*. Compara que o uso da repórter tola foi usado de maneira bem construída no filme de 1975, com a personagem Opal (Geraldine Chaplin), uma evasiva repórter da BBC. O que faltou ao filme, para Janet, foi a construção de uma narrativa sólida. Em contrapartida, os personagens ficaram caricatos, em especial o fotógrafo Millo O’Brannigan: “looking like Bob Dylan in the role of a mean-spirited, big-name photographer whose specialty is humiliating people who are hapless enough to be caught by his camera.”¹³⁶

Para o crítico James Berardinelli¹³⁷, *Prêt-à-Porter* tem alguns momentos deliciosos, mas o enredo é lento e o filme muito longo, de modo que se esperava um filme mais bem elaborado do diretor de *O Jogador*. O problema, bem como salientou Janet, é o grande número de personagens que são mal explorados em cena, causando apatia no espectador. Segundo o crítico, alguns personagens, como o casal de repórteres ou a jornalista investigativa Fionna, poderiam ser cortados para desenvolver o restante do elenco.

Para o crítico Michael Wilmington¹³⁸, do *Chicago Tribune*, o filme é um dos mais divertidos e irreverentes da carreira de Altman. Destaca os pontos altos do filme,

¹³⁵ MASLIN, Janet. Prêt-à-Porter: Altman's Swip at Fashion. **NY Times**, 23 dez. 1994. Disponível em: <<http://www.nytimes.com/movie/review?res=9F06E5DF1F38F930A15751C1A962958260>>. Acesso em: 3 dez. 2014.

¹³⁶ Milo O’Brannigan está parecendo Bob Dylan no papel de um renomado fotógrafo, cuja especialidade é humilhar pessoas infelizes o suficiente para serem capturadas pela sua câmera. MASLIN, Janet. Prêt-à-Porter: Altman's Swip at Fashion. **NY Times**, 23 dez. 1994.

¹³⁷ BERARDINELLI, James. **Read to Wear**. 23 dez. 1994. Disponível em: <<http://www.reelviews.net/reelviews/ready-to-wear>>. Acesso em: 3 dez. 2014.

¹³⁸ WILMINGTON, Michael. Dressed to Thrill. **Chicago Tribune**, 24 dez. 1994. Disponível em: <http://articles.chicagotribune.com/1994-12-25/features/9412250160_1_short-cuts-jean-pierre-cassel-pret>. Acesso em: 3 dez. 2014.

como a clássica cena em que Sophia Loren faz um *strip-tease* para Marcelo Mastroianni, fazendo uma homenagem ao filme *Ontem, hoje e amanhã*. Também compara a repórter Kitty com a repórter Opal de *Nashville*, em que são bem construídas em ambos os filmes.

Por fim, temos duas críticas interessantes. A primeira foi escrita antes do lançamento do filme, por Michael Kilian¹³⁹, também do *Chicago Tribune*. A partir dos comentários sobre a produção do filme, Kilian perguntava-se sobre o motivo de Altman fazer um filme satirizando a moda. Ele recapitula que o cineasta sempre escolheu alguns temas presentes bem conhecidos dos norte-americanos, como o casamento, o subúrbio de Los Angeles, o universo *country* e presidencial para fazer uma crítica ácida. Mas, para Kilian, seria desnecessário fazer uma crítica ao universo da moda, uma vez que o espectador sabe como é cruel o mundo da moda.

A segunda, de Owen Gleiberman¹⁴⁰ da *Entertainment Weekly*, diz que *Prêt-à-Porter* é um filme tão complexo que não dá nem para descrever o enredo, cuja técnica é bem inferior se comparada à de outras obras do cineasta e que as piadas não funcionam.

O que se percebe na análise dos críticos é que a técnica já fora utilizada em outros filmes, como grande número de personagens, falas sobrepostas e fragmentação das histórias, não sendo bem construída em *Prêt-à-Porter*. Apesar de alguns críticos exaltarem a falta de graça com as “piadas” feitas na trama, eles não ficaram incomodados com a forma como o processo criativo foi retratado na trama ou qual personagem foi construído para insultar determinada profissão ou pessoa.

O grande problema é que o filme era muito “solto” e caótico, até mesmo para um cineasta que já está ambientado a apresentar trabalhos assim. Robert Altman assumiu que houve pouco controle sobre as improvisações e que as cenas com pessoas famosas não seguiam um roteiro. Também não houve muitos ensaios e alguns atores

¹³⁹ KILIAN, Michael. Off the Runaway. **Chicago Tribune**, 30 mar. 1994. Disponível em: <http://articles.chicagotribune.com/1994-03-30/features/9403300085_1_short-cuts-cynical-fashion>. Acesso em: 3 dez. 2014.

¹⁴⁰ GLEIBERMAN, Owen. Read to Wear. **Entertainment Weekly**, 23 dez. 1994. Disponível em: <<http://www.ew.com/article/1994/12/23/ready-wear-pret-porter>>. Acesso em: 3 dez. 2014.

não entendiam bem os seus papéis por completo, como a personagem Kitty, vivida por Kim Basinger.

Apesar de *Prêt-à-Porter* ter sido um dos filmes com maiores reprovações críticas do cineasta, recebeu duas indicações ao Globo de Ouro, de Melhor Filme Musical ou Comédia e de Melhor Atriz Coadjuvante para Sophia Loren. Devemos ressaltar, novamente, que a obra foi uma das primeiras a criticar a indústria da moda e que, posteriormente, vieram outros do mesmo gênero, como *Zoolander*, em 2001. Apesar de não ser um dos melhores trabalhos de Robert Altman, ainda assim está longe de ser considerado um trabalho mediano, pois cumpriu o seu papel ao trazer para o centro da narrativa a desconstrução de personagens que se levam a sério demais dentro desse bastidor conhecido por poucos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve por objetivo trazer questões pertinentes entre o cinema e a moda, já que não existe muitos estudos acadêmicos que abordam tal tema, ainda mais no que se concerne a história. Existem muitos trabalhos que relacionam o cinema sob a perspectiva psicológico, médica e outros temas, mas a moda – tão presente nos filmes – são abordadas muitas vezes de maneira rápida e com pouco embasamento bibliográfico.

Sem dúvida, os poucos trabalhos sobre cinema e moda, e principalmente, a moda como centro da narrativa cinematográfica, dificultaram a pesquisa. A maioria dos livros que discutem essa relação são importados. Muito se fala sobre o tema, mas falta trabalhos que aprofundam a discussão.

O filme *Prêt-à-Porter*, sem dúvidas, no instiga a pensar e a pesquisar sobre o relacionamento da sétima arte com a moda, bem como o envolvimento do cineasta com outros temas. Com um grande número de filmes no currículo, não foi possível tratar de todos, mas a seleção por temas e pelo estilo estético do cineasta me pareceu ser de suma importância.

Apenas em 2006, Robert Altman recebeu um Oscar pelo conjunto de sua obra. Poucos meses depois, Altman veio a falecer. Mesmo assim, continuou trabalhando até aos 81 anos, lançando no mesmo ano o filme *A última noite*, um filme com uma incrível reflexão sobre a morte dentro dos bastidores de programa de auditório. Mesmo tendo a morte como o tema, o cineasta não perde o senso de humor crítico tão presente em suas obras.

Este filme, como muitos outros da carreira do cineasta, é ambientado nos bastidores, fazendo com que Altman construa o personagem, para logo em seguida, desconstruí-lo. E é essa visão tão crítica do cineasta, que debruça sobre os mais diversos temas, que nos motiva a estudar a sua obra. São diversos trabalhos nas áreas de ciências humanas que têm como tema as obras do diretor.

Ao realizar a pesquisa, entretanto, é visível que a crítica muitas vezes não comprehendia à sua visão sobre o tema por ele investigado, tampouco a sua estética característica de fazer filmes: muitos personagens, vozes simultâneas e o uso do zoom, para citar alguns.

Entretanto, Altman serviu como influência para inúmeros cineastas ao utilizar tal técnica, como observadas nos filmes *21 gramas*, *Crash – No limite*, *Babel* e *Magnólia*.

Por fim, este trabalho propõem alguns apontamentos sobre cinema e moda, sobre a trajetória filmica de Robert Altman, o papel da crítica na obra do cineasta e uma modesta contribuição para o debate entre história e moda. É um trabalho que está aberto para novas propostas, perguntas e ideias.

ANEXOS

ANEXO A:



Theda Bara em *Escravo de uma paixão* (1915)

Imagen retirada do site beautiful-grotesque.blogspot.com

ANEXO B:



Louise Brooks interpretando Lulu no filme *A Caixa de Pandora* (1929)

Imagen retirada do site sarahbaker.org

ANEXO C:



Joan Crawford com o vestido que vendeu 50.000 cópias na Macy's, em
Redimida (1932)

Imagen retirada do site joancrawfordbest.com

ANEXO D:



Audrey Hepburn em uma das cenas mais icônicas da história do cinema, em *Bonequinha de Luxo* (1961). Todo o figurino foi assinado pelo estilista francês Humbert de Givenchy

Imagen retirada do site vogue.com

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALEIXO, Antônio Marcos. **Um épico possível: refuncionalização de técnicas, formas e clichês, em Nashville, de Robert Altman.** 2013. 332 f. Tese (Doutorado em Letras) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. Universidade Federal de São Paulo, São Paulo, 2003.

ALENCASTRO, Luiz Filipe de. “**Vida privada e ordem privada no Império**”. In: História da vida privada no Brasil. Vol.2. São Paulo: Companhia das Letras, 1998, p. 12-93.

ARIÈS, Philippe & DUBY, Georges. **História da Vida Privada, 5: da Primeira Guerra aos nossos dias.** São Paulo: Companhia de Bolso, 2009

BINSKID, Peter. **Como a geração drogas, sexo e rock'n'roll salvou Hollywood.** Tradução de Ana Maria Bahiana. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2009.

BITTAR, Elizabeth Baptista. **A moda está no cinema: a verossimilhança nos discursos de Prêt-à-Porter e O Diabo veste Prada.** Dissertação de Mestrado. Curitiba, 2011.

BOUCHER, François. **As modas no fim do século.** In: História do vestuário no Ocidente. Tradução de André Telles. São Paulo: Cosac & Naif, 2012.

BRAUDEL, Fernand. **O supérfluo e o costumeiro: o habitat, o vestuário e a moda.** In: Civilização material, economia e capitalismo dos séculos XV e XVIII. Tradução de Telma Costa. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

BRUZZI, Stella. **Undressing Cinema: clothing and identity in the movies.** London: Routledge, 1997. E-book Edição.

CHARNEY, Leo & SCHWARTZ, Vanessa R. (orgs.). **O cinema e a invenção da vida moderna.** São Paulo: Cosac & Naif, 2004.

DELEFANTI, Angelo (org.). **As muitas vidas de Robert Altman.** São Paulo: Centro Cultural do Banco do Brasil, jun. 2008. (Mostra de Cinema), p. 167.

FARAH, Alexandra. **1001 filmes para quem ama moda.** FilmFashion, 2014. E-book Edição.

FERRO, Marc. **Cinema e História.** 2. ed. revista e ampliada. Tradução de Flávia Nascimento. São Paulo: Paz e Terra, 2010.

FINAMORE, Michelle Tolini. **Hollywood before glamour: fashion in american silent film.** Palgrave Macmillan, 2013. E-book Edição.

FREYRE, Gilberto. **Modos de homens e modas de mulher.** São Paulo: Global Editora, 2009.

GILLAIN, Anne (org.). **O cinema segundo François Truffaut.** Tradução de Dau Bastos. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1988.

GONÇALVES, Denise Oliveira. **Avesso e direito: movimento hippie e mercado cultural da moda.** Dissertação de Mestrado. Uberlândia, 2007.

GROSSI, Solange de Almeida. **Short Cuts de Robert Altman: atalhos para as formas de ilusão contemporâneas.** 2007. 124 f. Dissertação (Mestrado em Letras) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. Universidade Federal de São Paulo, São Paulo, 2007

HOBSBAWM, Eric. **A era dos extremos: o breve século XX: 1914-1991.** Tradução de Marcos Santarrita. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

ISSER, Wolfgang. **O ato da leitura – uma teoria do efeito estético, v.1 e v.2.** Tradução de Johannes Kretschmer. São Paulo: Ed. 34, 1996.

LAVER, James. **A roupa e a moda: uma história concisa da moda.** São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

LELIEVRE, Marie-Dominique. **Brigitte Bardot.** Tradução de Clóvis Marques. 1º Edição – Rio de Janeiro: Record, 2014.

_____. **Saint Laurent: a arte da elegância.** Tradução de Marly N. Perez. São Paulo: Editora Lafonte, 2011.

LIMA, Danieli da Cunha. **Nas telas e passarelas – cinema e moda, uma análise do filme Sabrina (1954).** Monografia do curso de Publicidade e, da Faculdade de Artes e Comunicação, da Universidade de Passo Fundo, 2013.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e o seu destino nas sociedades modernas.** Tradução de Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

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

PEZZOLO, Dinah Bueno. **Por dentro da moda: definições e experiências.** São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2009, p. 16.

PIAZZA, Arianna & WHITERMAN, Vivian. **Coleção Folha Moda.** V.1. São Paulo: Folha de São Paulo, 2015.

POLLINI, Denise. **A moda no século XX.** In: Breve História da Moda. Editora Claridade, São Paulo, 2007/ Coleção Saber de Tudo.

RAMOS, Alcides. **Canibalismo dos Fracos: Cinemas e História do Brasil.** Bauru: EDUSC, 2002.

REED, Paula. **50 ícones que inspiraram a moda – 1950.** São Paulo: Publifolha, 2014.

_____. **50 ícones que inspiraram a moda – 1960.** São Paulo: Publifolha, 2014.

_____. **50 ícones que inspiraram a moda – 1970.** São Paulo: Publifolha, 2014.

_____. **50 ícones que inspiraram a moda – 1980.** São Paulo: Publifolha, 2014.

_____. **50 ícones que inspiraram a moda – 1990.** São Paulo: Publifolha, 2014.

RODRIGUES, Fabiana. **Simulação, Carvalização, Moda: Prêt-à-Porter?** Dissertação de Mestrado. Curitiba, 2010.

ROSENSTONE, Robert A. **A história nos filmes, os filmes na história.** Tradução de Marcello Lino. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2010.

SALÉM, Helena. **90 anos de Cinema: uma aventura brasileira.** Editora Nova Fronteira: Rio de Janeiro, 1988.

SAVAGE, Jon. **A criação da juventude – como o conceito de teenage revolucionou o século XX.** Tradução de Talita M. Rodrigues. Rio de Janeiro: Rocco, 2009.

SOARES, Marcos. **Estética e político em Robert Altman.** Revista NAU – Revista do Núcleo de Pesquisa em Comunicação do Audiovisual da Intercom, São Paulo, v.1, n.1, p. 95-105, jan/jun. 2008. Disponível em <http://dlm.fflch.usp.br/sites/dlm.fflch.usp.br/files/est%C3%A9tica_e_pol%C3%ADtica_em_robert_altman.pdf>.

SORLIN, Pierre. **La storia nei film: interpretazione del passato.** Firenze: La Nuova Itália, 1984.

TANACA, Elder Koei Itikawa. **Jazz, indústria cultural e política em Kansas City, de Robert Altman.** 2010. 129 f. Dissertação (Mestrado em Letras) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. Universidade Federal de São Paulo, São Paulo, 2010

TROVÃO, Flávio Vilas-Bôas. **O Exército Inútil de Robert Altman: Cinema e política.** São Paulo: Anadarco Editora, 2012.

VINCENT-RICARD, Françoise. **As mudanças da moda no pós-guerra.** In: As espirais da moda. Tradução de Maria Inês Rolin, 5º ed. Rio de Janeiro: Paz & Terra, 1989.

XAVIER, Ismail. **O discurso cinematográfico: a opacidade e a transparência.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977.

WASSON, SAM. **Quinta Avenida, 5 da manhã: Audrey Hepburn, Bonequinha de Luxo e o surgimento da mulher moderna.** Tradução de José Rubens Siqueira. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

ZILBERMAN, Regina. **Estética da recepção e história da literatura.** São Paulo: Editora Ática, 1989.

Jornais e Periódicos:

Brazil Bazaar

Chicago Tribune

Folha de São Paulo

NY Times

Filmes:

Altman, um retrato. 1997. 57 min. Versátil Home Video.