

Moda e espetáculo

Um breve estudo acerca do desfile

Fashion and spectacle: a brief study of the fashion show

por *Crislaine Gruber*
Sandra Regina Rech

RESUMO

Buscando referências na teoria da moda e do espetáculo, o presente artigo propõe uma análise do desfile de moda. A partir de revisão bibliográfica e observação de desfiles durante a 18ª edição do São Paulo Fashion Week, ocorrida em janeiro de 2010, elegeu-se os seguintes elementos para apreciação do desfile enquanto espetáculo: espaço cênico, sons, produção das manequins e movimentos na passarela. Assumindo enquanto espetacular aquilo que expõe-se ao olhar como espaço de convergência de diversas linguagens e signos, concluiu-se que o desfile de moda é, desde o princípio, um espetáculo, podendo, assim, ser apreciado como tal.

Palavras-chave *moda, espetáculo, desfile de moda*

ABSTRACT

Seeking references on the theory of fashion and spectacle, this article offers an analysis of the fashion show. From literature review and observation of parades during the 18th edition of the Sao Paulo Fashion Week, held in January 2010, were elected the following for consideration of the fashion show as a spectacle: the performing space, sound, production of mannequins and moves on the catwalk. Assuming spectacular as that which exposes itself to appreciation like space of convergence of different languages and signs, it was concluded that the fashion show is from the beginning, a spectacle, and thus can be enjoyed as such.

Keywords *fashion, spectacle, fashion show*

Introdução

O evento de moda, mais especificamente o desfile, tem o objetivo de tornar atrativo o resultado de uma produção em série, baseada na pesquisa, na criação e no desenvolvimento de produtos voltados a determinado público. Segundo Carol Garcia e Ana Paula de Miranda (2005), cada desfile dá forma aos desejos do consumidor potencial e, além disso, faz com que a comunicação, após ter se utilizado de variados aparatos, retorne ao ponto de partida: o próprio corpo. O desfile é o momento em que os conceitos que sustentam a coleção são expostos.

Muitas vezes, o significado de uma coleção e a maneira como é transmitido criam mais impacto do que a própria coleção. A roupa deixou o centro em torno do qual gira o espetáculo para ser o complemento de um objetivo maior, que é a transmissão de uma imagem através de um ou vários conceitos (RONCOLETTA, 2008, p. 97).

De acordo com Balbinette Silveira (2001), os eventos, de forma geral, têm o objetivo de divulgar, de promover uma troca de experiências entre os envolvidos e de comprovar ou não a demanda para o assunto explorado. Dentre os eventos de moda, o desfile é aquele que expõe, numa articulação de variados elementos, os conceitos trabalhados pelo criador ou pela marca. É uma função entre tempo e espaço que permite a apresentação dos produtos de forma lúdica, na tentativa de criar no espectador um sentimento de forte identificação com aquilo que vê.

Rosane Preciosa (2005, p. 50) declara que “é preciso comunicar com clareza as criações de moda, nomeá-las, porque é imperativo vendê-las”, deve-se fazer com que as coleções tenham um nome próprio. Para Ginger Gregg Duggan (2002, p. 10), “os desfiles ajudam enormemente a formar a imagem individual dos designers, assim contribuindo para a consolidação de seu nome e do conceito de marca.” Logo, a importância do desfile de moda reside nessa aproximação entre o público – consumidores, imprensa especializada – e a marca, através da coleção apresentada na passarela.

Os desfiles de moda [...] funcionam também como veículo de propaganda. Mais ainda, dado o grande interesse que a mídia alimenta por esses eventos, o desfile é um evento que visa, acima de tudo, provocar a publicidade em torno dos produtos que passam por sua grande vitrine, sejam eles produtos materiais – a roupa, a maquiagem, os acessórios – ou virtuais – marcas, conceitos, estilos, comportamentos (AMORIM, 2007, p. 22).

Considerando, então, a capacidade de comunicação implícita no desfile de moda, e observando a maneira pela qual o mesmo é organizado e promovido, pode-se estabelecer relações entre a moda e as artes da cena, com o propósito de afirmá-lo enquanto espetáculo.

O desfile de moda enquanto espetáculo

“A performance representa um ponto de encontro das formas gestuais [...]: gestualidade mágica, gestualidade mística, gestualidade lúdica e gestualidade cotidiana.”

Jorge Glusberg

“A história da performance no século XX é a história de um meio de expressão maleável e indeterminado, com infinitas variáveis, praticado por artistas impacientes com as limitações das formas mais estabelecidas e decididos a pôr sua arte em contato direto com o público”. (GOLDBERG, 2006, prefácio). Duggan (2002), analisando a hibridização entre moda e performance, afirma que os desfiles performáticos podem classificar-se entre as cinco categorias: espetáculo, substância, ciência, estrutura e afirmação.

Assim como nas representações de palco, os desfiles criados por designers de espetáculo exibem muito mais do que roupas. Na maioria dos casos, interpretam-se como minidramas completos, com personagens, locações específicas, peças musicais relacionadas e temas reconhecíveis. Não raro, o único elemento que separa o desfile de moda de seus correlatos teatrais é seu objetivo básico – funcionar como estratégia de marketing (DUGGAN, 2002, p. 5).

A autora conclui que, mesmo o marketing sendo a motivação dos desfiles-espetáculo, as performances criadas estão fortemente ligadas aos precedentes históricos do teatro. “A relação entre desfiles e o culto popular de celebridades contemporâneo também contribui para embaçar ainda mais os limites entre moda, arte, teatro e performance, resultando em shows que são espetáculos de mídia” (DUGGAN, 2002, p. 10).

Os objetos-ambientes apropriados (como a passarela dos salões) ou inusitados (como a cripta de uma catedral, uma fábrica abandonada), pontos altos da metrópole (como um navio-museu, uma praça histórica) ou públicos utilitários (como uma estação de trem, de metrô, um aeroporto, um parque, uma praça, a própria rua, um viaduto ou uma marquise) são sempre artificializados, a serviço da sedução (DE CARLI, 2002, p. 145).

Além da locação, Ana Mery Sehbe De Carli (2002) enumera os variados elementos presentes em desfiles que se propõem enquanto espetáculo – o som, os odores, a iluminação, a decoração, o vídeo, os modelos, dentre outros – como meios de aflorar o prazer dos sentidos dos espectadores.

Breve definição de espetáculo

De acordo com Jean-Marie Pradier, “existem tantas práticas espetaculares no mundo que se pode razoavelmente supor que o espetacular, tanto quanto a língua e talvez a religião, sejam traços específicos da espécie humana” (PRADIER, 1998, p. 28). O autor as considera uma forma de ser, de se comportar, de se movimentar, de agir no espaço, de falar, de cantar, de se enfeitar; algo que se distingue das ações cotidianas.

É espetáculo tudo o que se oferece ao olhar. [...] Este termo genérico aplica-se à parte visível da peça (representação), a todas as formas de artes da representação (dança, ópera, cinema, mímica, circo etc.) e a outras atividades que implicam uma participação do público (esportes, ritos, cultos, interações sociais)” (PAVIS, 2003, p. 141).

O espetáculo apresenta-se como espaço de convergência de diversas linguagens, utilizando-se de signos auditivos e visuais, em função de uma atividade artística. “A arte do espetáculo é, entre todas as artes e, talvez, entre todos os domínios da atividade humana, aquela onde o signo manifesta-se com maior riqueza, variedade e densidade” (KOWZAN, 2006, p. 97). Anna Mantovani (1989) afirma que um espetáculo compõe-se por vários elementos – cenografia, figurino, luz – organizados e orquestrados para que o espectador possa apreciá-los em seu conjunto. Talvez a maneira mais objetiva de conceituar o espetáculo seja justamente através daquilo a que ele se propõe: comunicar algo ao público. E, devido a isso, passa-se a admitir diversos outros acontecimentos, além do teatro, enquanto espetáculo.

A cada dia, a espetacularização das ações humanas ganha um caráter mais acentuado e, diferente de outros períodos, atividades que não estariam necessariamente vinculadas ao universo do espetacular passam a usufruir de seus atributos encantatórios e recursos técnicos para que espaços sejam conquistados e plateias sejam seduzidas (OLIVEIRA, 2007, p. 223).

Assume-se, então, que o desfile de moda é um espetáculo, pois visa, *a priori*, comunicar algo específico a determinado público através de uma apresentação em que estão presentes diversos recursos, como música e cenografia. Elementos estes articulados em busca de uma harmonia que possibilita ao público compreender a mensagem que a marca anseia por comunicar.

Categorias cênicas aplicadas ao desfile de moda

Valeria Fendler de Amorim (2007), ao propor um estudo dos elementos estruturais do desfile de moda à luz das artes cênicas, elege as seguintes categorias: (a) ambiente do desfile; (b) luz; (c) música; (d) movimento na passarela; (e) maquiagem; (f) modelos; (g) organização técnica e administrativa. Quanto ao ambiente, a autora afirma que:

Seja lá qual for o espaço físico escolhido para o desfile – um salão convencional, o canteiro de obras de um túnel ou uma movimentada avenida urbana – ele sempre será formado pelos mesmos elementos básicos da ação cênica: a passarela, que é o local onde acontece a cena, o local onde se acomodam os espectadores e uma intensa comunicação entre os dois espaços (AMORIM, 2007, p. 39).

Em relação à luz, a autora assegura que se, no teatro, o figurino pode ser destruído por uma iluminação insuficiente; nos desfiles de moda, onde o foco central é a roupa, pode-se imaginar quão nociva torna-se uma iluminação mal planejada. A partir de entrevistas com estilistas, a Amorim (2007) percebeu que a música é um item que dispensa maior atenção, em comparação com a luz, por exemplo. A terceira categoria eleita é a movimentação da modelo na passarela, declarando que “essa preocupação [...] está muito mais relacionada com manter o foco da luz e com os cliques dos fotógrafos do que com a criatividade do movimento.”

A maquiagem, conforme a autora, é um artifício utilizado em desfiles performáticos a fim de compor personagens conceituais, auxiliando na dramatização do espetáculo. Já, em desfiles tradicionais,

É utilizada segundo a sua função mais básica: acento e realce do rosto da modelo, além de maior visibilidade à distância. Pode servir também para ajudar a compor uma espécie de personagem que a modelo precise encarnar, principalmente nos casos em que [...] manequins muito jovens tenham que desfilar modelos concebidos para mulheres mais adultas (AMORIM, 2007, p. 48).

As modelos seriam o centro do espetáculo, apesar de a roupa que as veste ser o foco de interesse do desfile de moda. “Pede-se à modelo que desempenhe, na passarela, funções mais ou menos idênticas às do ator em cena” (AMORIM, 2007, p. 51).

A maioria dos estilistas espera que a manequim – principalmente aquela que atua nas passarelas – tenha domínio sobre o seu corpo e sobre os movimentos que ele é capaz de executar. Ao encarnar o personagem que representa o público-alvo da coleção elaborada pelo estilista, a modelo deveria ser capaz de usar a movimentação de forma criativa, de modo a melhor caracterizar o ícone que ela materializa naquele determinado trabalho (AMORIM, 2007, p. 56).

Moda e espetáculo

Um breve estudo acerca do desfile

Finalmente, a autora sinaliza as principais semelhanças e diferenças entre a organização da produção de eventos de artes cênicas e de desfiles de moda, concluindo que a estrutura de trabalho, em ambos os casos, possui praticamente o mesmo pessoal técnico além de semelhantes princípios éticos e legais. A análise de Duggan (2002), em relação ao desfile-espetáculo, difere daquela proposta por Amorim (2007), que aponta quatro componentes principais que o designer pode manipular para obter um efeito espetacular em seu desfile: (a) o tipo de modelo; (b) a locação; (c) o tema; e, (d) o encerramento.

Alguns estilistas inovam ao escolher tipos alternativos de manequins para suas passarelas. Duggan (2002) cita exemplos como o do inglês Alexander McQueen que, em 1999, apresentou em seu desfile de primavera uma modelo com próteses em substituição as suas pernas amputadas. Além disso, menciona a locação dos desfiles como um elemento importante de inovação, exemplificando novamente com o trabalho de McQueen, que realizou seu desfile de outono do ano de 1999 em um armazém de transportes. Para realçar esses componentes, utilizam-se temas para a concepção das coleções e dos desfiles.

Muitas vezes selecionados de uma fonte de inspiração para a temporada [...], os temas podem ser específicos ou muito abstratos. Considerando seus múltiplos propósitos, incluindo o convite para o desfile, a produção e a linha do vestuário em si, devem ser facilmente identificáveis e memorizáveis (DUGGAN, 2002, p. 8).

Duggan defende que é impossível entender por completo os desfiles-espetáculo sem levar em conta seus encerramentos. “Finais explosivos, sensacionais, são fundamentais na associação da moda com o teatro. Muitos são planejados para deixar a plateia com uma forte impressão da experiência, realçando os componentes visuais mais memoráveis da performance” (DUGGAN, 2002, p. 9).

Já na análise teatral, pode-se elencar o trabalho de Patrice Pavis, que afirma:

É, pois com a maior humildade, e, sobretudo, com a mais elementar prudência, que devemos avançar no terreno do espetacular, campo minado pelas mais contraditórias tendências e as suspeitas metodológicas mais insidiosas, terreno baldio que ainda não viu se desenvolver um método satisfatório e universal (PAVIS, 2003, Introdução).

Para este autor pode-se citar os seguintes componentes da cena: (a) o ator; (b) voz, música, ritmo; (c) espaço, tempo, ação; (d) o figurino; (e) a maquiagem; e, (f) a iluminação.

Neste sentido, Richard Demarcy (2006) verifica que o encenador, com o intento de sustentar o discurso cênico de ordem visual e sonora que é a encenação, tem a sua disposição: (a) o cenário; (b) os acessórios; (c) os trajes; (d) as matérias; (e) as cores; (f) os sons; (g) as iluminações; (h) os atores; (i) os deslocamentos; (j) a gestualidade; (k) os arranjos; e, (l) o espaço.

Moda e espetáculo

Um breve estudo acerca do desfile

Tendo como ponto de partida estudos sobre a semiologia da arte do espetáculo, Tadeusz Kowzan relata que esta “é, entre todas as artes e, talvez, entre todos os domínios da atividade humana, aquela onde o signo manifesta-se com maior riqueza, variedade e densidade.” (KOWZAN, 2006, p. 97). O autor afirma que os signos, no teatro, poucas vezes aparecem em estado puro, podendo ser: (a) o texto pronunciado (a palavra e o tom); (b) a expressão corporal (mímica, gesto e movimento); (c) a aparência exterior do ator (maquilagem, penteado, vestuário); (d) o aspecto do lugar cênico (acessório, cenário, iluminação); e, (e) os efeitos sonoros não-articulados (música e ruído).

A partir destas propostas de estruturas para análise de espetáculos, sugere-se a utilização das seguintes categorias, quando da apreciação do desfile de moda: (a) Espaço cênico: cenário, iluminação, locação, passarela, acessórios; (b) Sons: música, ruídos; (c) Produção da manequim: maquiagem, penteado, sapatos, acessórios (máscaras, por exemplo); e, finalmente, (d) Movimento na passarela.

Espaço cênico do desfile de moda

Entende-se por espaço cênico o conjunto formado pelo cenário, pela iluminação, pela locação, pela passarela e pelos acessórios que podem ser utilizados em um desfile de moda assumido enquanto espetáculo.

A verdadeira cenografia é determinada pela presença do ator e de seu traje; a personagem que se movimenta nas áreas que lhe são atribuídas cria constantemente novos espaços alterados, conseqüentemente, pelo movimento dos outros atores: a soma dessas ações cria uma arquitetura cenográfica invisível para os olhos, mas claramente perceptível, no plano sensorial, pelo desenho e pela estrutura dramática do texto apresentado (RATTO, 1999, p. 38).

Percebe-se, a partir das afirmações do autor, uma das principais diferenças entre a cenografia, em teatro, e o espaço cênico de um desfile de moda. A cenografia de um espetáculo teatral presume um espaço para o ator e sua atuação, partindo do texto dramático. Em desfiles de moda, não pode-se alegar que os movimentos efetuados pelas manequins são comparáveis ao trabalho do ator. O trabalho das mesmas não tem origem em um texto, e constitui-se de vestir as roupas a fim de apresentá-las ao público. Gianni Ratto (1999) defende o conceito de espaço cênico considerado como uma atmosfera que atua no espetáculo de forma sensorialmente dramática, sendo a cenografia o espaço eleito para que nele aconteça o drama ao qual o público quer assistir.

Regina Maria Alves Dias expõe que a concepção da cenografia para um desfile envolve pensar o espaço e criar a partir dele, interpretando uma temática, escolhendo materiais e a tecnologia a ser utilizada.

Moda e espetáculo

Um breve estudo acerca do desfile

[O cenógrafo] tem diante de si elementos que poder-se-ia chamar de “fixos” para o desenvolvimento do seu projetar: a apresentação de roupas e acessórios. Toda a cenografia estará à disposição desse objeto; local e data prefixados pelo destinador; modelos caminhando com as roupas; passarela; aproximadamente 20 minutos; trilha sonora, styling, coreografia, makeup, hair, luz, odor, etc. (DIAS, 2008, p. 240).

Jaco Guinsburg *et al* atentam para a diferença entre cenografia e cenário. “O cenário está dentro da cenografia, que é muito mais abrangente. [...] Cenário é todo o conjunto dos diversos materiais e efeitos cênicos [...] que serve para criar a realidade visual ou a atmosfera dos locais onde decorre a ação dramática.” (GUINSBURG, 2006, p. 75). Assim, o espaço cênico do desfile de moda constitui-se enquanto cenário, que articulado com outros elementos, como a produção das manequins e os movimentos na passarela, compõe a cenografia. Kowzan (2006) assegura que a tarefa primeira do cenário é representar o lugar, que deve resultar num acordo perfeito, quando da junção e relação dos diversos elementos que o constituem. Ratto chama a atenção para a harmonia que deve existir entre o figurino e o cenário:

Não é suficiente que haja uma afinidade colorística entre os dois. É necessário pensar no movimento das personagens que ocupam cromaticamente os espaços e as superfícies da cenografia. O que é equilibrado numa determinada coordenada pode não o ser mais em outra; é necessário, portanto, nunca perder de vista os valores espaciais que comandam a visualidade do espetáculo (RATTO, 1999, p. 112).

O cenário do desfile de moda constitui-se, principalmente, da passarela, que pode ter diversos formatos e composições. Além disso, é comum a utilização de elementos de cena no início da passarela, logo após a boca-de-cena. Muitas marcas apostam nessa estratégia para a composição do espaço do desfile.

A locação é outro elemento que influencia diretamente na composição do espaço cênico do desfile de moda. A escolha por um lugar alternativo pode agregar muito valor à apresentação da coleção. A estilista Danielle Jensen, da marca Maria Bonita, inspirou-se na arquiteta, designer e cenógrafa Lina Bo Bardi (1914 – 1992) para desenhar sua coleção de Inverno 2010, apresentada na 18ª edição do São Paulo Fashion Week. Assim, foi escolhida como locação o SESC Pompeia, uma antiga fábrica de tambores revitalizada e transformada por Bo Bardi em um dos principais redutos culturais da cidade (CAVALIERI, 2010). Diversos estilistas optam por levar seus desfiles às ruas, a lugares públicos, abertos. Outros exemplos da 28ª edição do SPFW são o desfile da marca Cavaleira, que aconteceu na Galeria do Rock, centro de São Paulo; e o desfile do estilista Fause Hatem, que ocorreu em um dos corredores do Pavilhão da Bienal do Ibirapuera.

Normalmente, a escolha por uma locação alternativa exige maiores esforços quando do planejamento do desfile. Toda a composição que seria montada na sala de

Moda e espetáculo

Um breve estudo acerca do desfile

desfiles deverá ser transposta para a nova locação, como o lugar do público, dos fotógrafos, do camarim, da passarela. Este trabalho adicional pode resultar no diferencial do desfile, uma vez que novas alternativas costumam ser bem recebidas pelo público.

A passarela deve permitir que a roupa possa ser percebida da melhor maneira possível pelo público. Para isto, ela deve apresentar grande extensão e estar em harmonia com a roupa e com os outros elementos do espaço cênico. Além da boca-de-cena, é na passarela que se pode utilizar acessórios, como ocorreu no desfile da Neon (Figura 1), que apresentou um leão no centro do trajeto das manequins. Pode-se utilizar uma multidão praticamente ilimitada de objetos como acessórios no teatro (KOWZAN, 2006). Assim acontece nos desfiles de moda, igualmente.



Figura 1 - Acessório no centro da passarela, desfile da Neon, SPFW Inverno 2010.

Fonte: Chic Gloria Kalil. Disponível em: <<http://chic.ig.com.br/>> Acesso em: 30 mai. 2010, 14:00.

Quanto à iluminação, elemento também constituinte do espaço cênico do desfile de moda, Kowzan (2006, p. 112) avalia que ela “é capaz de delimitar o lugar teatral: o fecho de luz concentrado numa determinada parte do palco significa o lugar momentâneo da ação. A luz do projetor permite também o isolamento de um ator ou de um acessório.” O desfile de Ronaldo Fraga, “Pina Bausch – objeto não identificado”, utilizou estes focos de luz na passarela para destacar os locais onde as manequins desenhavam círculos caminhando em volta de cadeiras dispostas ao longo do trajeto. Além da função de delimitação, a luz desempenha papel central na constituição do desfile de moda. A iluminação sempre se apresentou como problema a ser solucionado nos espetáculos. A luz tem função de revelar o que tem que ser visto, a partir de duas preocupações principais: mostrar e interpretar, valorizando todas as situações que o texto propõe (RATTO, 1999).

Moda e espetáculo

Um breve estudo acerca do desfile

No caso do desfile de moda, a luz atua diretamente sobre o foco da apresentação, a roupa, e deve atender às exigências da platéia, dos fotógrafos e do *videomaker*. Portanto, é um elemento de fundamental importância no planejamento do desfile. É através da iluminação que as formas são apreendidas pelo público, assim como o caimento e as superfícies das roupas. A percepção das cores é diretamente influenciada pela luz, tanto as cores das roupas quanto as cores do espaço cênico. “A cor é tão importante quanto uma pausa. O jogo das tonalidades, a escolha de uma palheta básica deveriam levar a um resultado harmônico ou, involuntariamente, à ruptura daquele equilíbrio do qual estamos falando a cada segundo” (RATTO, p. 122).

Sons

Considera-se nesta categoria tanto as músicas utilizadas na trilha sonora dos desfiles quanto os ruídos provenientes do caminhar das manequins, do movimento das roupas, dentre outros. Sara Andrade relata que “é impossível dissociar a música de um desfile de moda, por mais secundária que esta possa parecer. Mesmo que a melodia seja discreta, ela está lá para, no mínimo, descontrair e criar atmosfera” (ANDRADE, 2007, p. 30). A música pode ser utilizada, em um espetáculo, com diversos fins. Roberto Gill Camargo atenta para a utilização de músicas conhecidas como citações sonoras nas peças.

São citações que, embora remetam, inevitavelmente, ao contexto original de onde foram retiradas, pedem uma nova leitura, em função do novo contexto no qual se instalam. Às vezes, basta um pequeno trecho de fácil identificação para desencadear um novo processo de leitura da cena (CAMARGO, 2001, p. 118).

O autor expõe, igualmente, que os sons podem referir-se a uma quantidade enorme de elementos visuais que não poderiam ser colocados em cena senão pela utilização do efeito sonoro, valorizando ainda mais esse elemento dentro do espetáculo. “O evento tem de fazer sentido e a principal função da música é pautar o desfile, rápida ou lentamente, e torná-lo harmonioso – harmonia entre o lado musical e sua relação com a coleção, com o andar dos modelos e, até, com o espaço” (ANDRADE, 2007, p. 31). Por outro lado, a autora assume que a música, mesmo condicionada por todos os outros elementos do desfile, por vezes, tem papel secundário quando a coleção é forte o suficiente, sem necessidade de uma melodia dominante. Camargo não corrobora a afirmação de Andrade assumindo que o valor expressivo do som é tão acentuado que, dificilmente, encontram-se sons de efeito neutro, com função apenas referencial. “A música é um dos melhores intensificadores. Ela reforça o que as palavras dizem, o que os gestos, os movimentos e as expressões querem comunicar, pontuando e destacando os momentos de maior importância.” (CAMARGO, 2001, p. 109).

Moda e espetáculo

Um breve estudo acerca do desfile

Em alguns desfiles, opta-se pela execução ao vivo da música, através de orquestras, por exemplo. Profissionais como os DJ tem importância capital na elaboração das trilhas sonoras, sendo que, na maioria das vezes, a música é obtida a partir de uma mixagem de diversas referências. Quanto aos ruídos, como o caminhar das manequins e o farfalhar das roupas, Camargo os classifica como resto material, ou seja, “os sons que ocorrem em cena independentemente da intenção comunicativa” (CAMARGO, 2001, p. 145). São elementos não-codificados, inevitáveis, pertencentes ao mundo real, que podem, assim como a música, ser aproveitados com finalidade estética.

Produção da manequim

A elaboração da imagem da manequim, que carrega em si o foco de todo desfile de moda, a roupa, deve receber especial atenção. Através da maquiagem, do penteado, dos acessórios e até de máscaras, consegue-se efeitos muito interessantes que intensificam a percepção por parte do público do que está sendo apresentado na passarela.

Consoante com Kowzan (2006), a maquiagem teatral destina-se principalmente a valorizar o rosto do ator, avaliando as condições de luz, formando signos com caráter mais duradouro que a mímica, por exemplo. Pavis, apreciando a maquiagem enquanto categoria para análise do espetáculo teatral, sustenta que “o cenário colado ao corpo do ator se torna figurino, o figurino que se inscreve em sua pele se torna maquiagem: a maquiagem veste tanto o corpo como a alma daquele que a usa” (PAVIS, 2003, p. 170). Este autor, definindo o termo maquiagem, assume como funções da mesma: (a) embelezar: uso habitual, onde o maquiador efetua reparos e melhoramentos no rosto do ator; (b) codificar o rosto: utilizada segundo algumas tradições teatrais, que se baseiam em um sistema puramente simbólico de correspondências entre cores e características sociais; (c) teatralizar a fisionomia: a maquiagem pode acentuar a teatralidade, a maquinaria facial e dar impressão de vida, renaturalizar e “interiorizar” a expressão mímica; e, (d) estender-se pelo corpo inteiro: assim, passa a ser um cenário ambulante, contribuindo para a elaboração de formas teatrais do mesmo modo que os outros objetos da representação (PAVIS, 2003).

Em desfiles de moda, existem casos em que o rosto do modelo é totalmente modificado por pintura facial. Citam-se, como exemplo, as caveiras pintadas nos rostos dos manequins no desfile de Inverno 2010 do estilista Alexandre Herchcovitch, no São Paulo Fashion Week (Figura 2). A pintura foi elaborada de tal forma que fez com que o público a percebesse, a princípio, como uma máscara, ou seja, a maquiagem, neste caso, teatralizou a fisionomia do manequim. “Figurino vivo do ator, a maquiagem faz o rosto passar do animado ao inanimado, flerta com a máscara, quando se torna uma máscara mais ou menos opaca e flexível que às vezes utiliza a mobilidade do rosto” (PAVIS, 2003, p. 232).

Moda e espetáculo

Um breve estudo acerca do desfile



Figura 2 - Pintura facial no desfile de Herchcovitch, SPFW Inverno 2010.

Fonte: FFW: Fashion Forward. Disponível em: <<http://ffw.com.br/>> Acesso em: 30 mai. 2010, 18:30.

Renata Pitombo, analisando a relação entre a máscara da moda e as cenas contemporâneas, afirma que

a máscara pode ser interpretada como a) falso rosto de papel pintado, de tecido, etc. com que se encobre a face para disfarçar ou fantasiar; b) objeto de tecido, madeira ou papel que reproduz um rosto ou parte dele e é usado por atores e dançarinos em certas formas de representação; c) forma estilizada do rosto ou do corpo humano ou animal com função ritual; d) objeto utilizado para cobrir e proteger o rosto (máscara de gaze); ou ainda, e) creme, pasta ou gelo utilizados em aplicação para os cuidados estéticos com a face; e f) aparência enganosa, entre outras significações possíveis... (PITOMBO, 2008, p. 1).

Para Guinsburg *et al*, a máscara marca o início do teatro. “É aquilo que encobre o rosto, o corpo, ou partes do rosto e do corpo. Transforma o mascarado em outro ser, tornando-o um arquétipo” (GUINSBURG, 2006, p. 178). Ronaldo Fraga, na 28ª edição do São Paulo Fashion Week, utilizou, em seus manequins, máscaras que representavam o rosto da bailarina Pina Bausch, inspiração de toda a coleção. A marca 2nd Floor utilizou máscaras de crochê para transformar seus manequins em lobos, morcegos e corujas. Conseguiu-se um efeito esteticamente muito interessante. As máscaras dialogavam com as roupas e com o cenário, uma antiga biblioteca montada na boca-de-cena. Pode-se considerar como máscara, também, uma espécie de malha que alguns estilistas utilizam para encobrir o corpo das modelos, por vezes até o rosto, o que permite dispensar a utilização de maquiagem.

Moda e espetáculo

Um breve estudo acerca do desfile

Além da maquiagem e das máscaras, pode-se analisar o emprego de penteados para intensificar a aparência das manequins. “O poder semiológico do penteado não está somente no estilo, nas variantes históricas e sociais, mas também no estado mais ou menos tratado em que se encontra” (KOWZAN, 2006, p. 109). Um bom exemplo de penteado trabalhado em consonância com a coleção foi o utilizado pelos modelos da Osklen, no São Paulo Fashion Week Inverno 2010. Os manequins possuíam duas longas mechas de cabelo liso, que formavam um degradê do preto ao loiro, ou vice-versa, e caíam à frente do rosto. Neste desfile, ainda foram empregados diversos acessórios – toucas, óculos, luvas, sapatos, mochilas – em formas bastante interessantes. Tanto os penteados quanto os acessórios dialogavam com a coleção através dos efeitos degradê e dos materiais utilizados, formando uma harmonia bem elaborada. Quase todas as marcas investem seriamente nesses elementos acessórios, pois percebem que eles exercem enorme influência na imagem da modelo na passarela.

Movimento na passarela

Finalmente, tem-se, para análise do desfile de moda enquanto espetáculo, a categoria “movimento na passarela”. O trajeto percorrido pelas manequins, desde a entrada até a saída da passarela, pode ser conduzido de diversas maneiras. Kowzan (2006) alega que os movimentos de mão, braço, perna, cabeça e corpo são gestos, ou seja, fazem parte de um sistema que visa criar ou comunicar signos. Dessa forma, assume-se que a maneira como a manequim movimenta-se e porta-se no desfile envia uma mensagem ao público.

Este elemento demonstra a atitude dos modelos na passarela: por onde entram, onde devem parar para serem fotografados, a forma de caminhar solicitada pela trilha sonora e, principalmente, o final do desfile, quando os modelos se posicionam de uma determinada maneira para encerrar a performance. Esse posicionamento final coreografado pode re-significar todo o desfile apresentado (RONCOLETTA, 2008, p. 94).

Alguns estilistas utilizam-se destes artifícios a fim de proporcionar uma melhor percepção da coleção apresentada. O trajeto percorrido pelos manequins da Osklen, no último São Paulo Fashion Week, consistia em caminhar até o fim da passarela por um lado, descrever uma reta perpendicular segundo a largura da passarela e voltar pelo outro lado. Esta estratégia permitia aos fotógrafos captar a tridimensionalidade das roupas com maior eficácia.

O movimento cênico do ator, seus deslocamentos e posições no espaço cênico são questões de: (a) uma sucessão de lugares ocupados em relação aos outros atores, aos acessórios e elementos do cenário e aos espectadores; (b) diferentes maneiras de deslocar-se (andar lento, precipitado, vacilante etc.); (c) entradas e saídas; e, (d)

Moda e espetáculo

Um breve estudo acerca do desfile

movimentos coletivos (KOWZAN, 2006). As diversas maneiras de deslocamento em um desfile de moda são, muitas vezes, cadenciadas pela música. Assim como pausas, entradas e saídas da passarela. Movimentos de grupos costumam ocorrer ao final do desfile. Existem algumas exceções, como, por exemplo, no desfile do estilista Jefferson Kulig, no São Paulo Fashion Week Inverno 2010, quando três manequins entravam juntos em determinado ponto de desfile, vestindo roupas semelhantes.



Figura 3
Formação final ao centro da passarela, desfile de Ronaldo Fraga.

Fonte: FFW: Fashion Forward. Disponível em:
<<http://ffw.com.br/>> Acesso em: 30 mai. 2010, 18:30.

A entrada final é uma oportunidade de adicionar ao desfile algo de incomum. Na maioria das vezes, as manequins entram uma logo após a outra, andando rapidamente. Existem casos em que esse momento é planejado de maneira diferente, por exemplo, no desfile da Triton, na 28ª edição do São Paulo Fashion Week, em que as modelos entraram de forma aleatória, formando um grande grupo, e instalando-se no centro da passarela, onde estava situada uma escultura com a bandeira da marca. No desfile de Ronaldo Fraga a formação foi feita de forma a mostrar as máscaras de Pina Bausch, ou seja, com as costas viradas para o público. Assim que esta etapa finaliza-se, todos viram-se e caminham pela passarela, em grupos de seis a sete manequins – definidos pela coordenação dos looks e das cores da coleção, que entram de braços dados e dispersam-se para voltar individualmente, formando uma fila contínua central (Figura 3). A luz então é projetada por toda a passarela, onde as manequins posicionam-se para, em seguida, cumprimentarem o público, com um aperto de mãos. Pina despede-se da plateia enquanto as modelos caminham de costas em direção à saída.

Considerações finais

Partindo da afirmação de que o desfile de moda pode ser considerado um espetáculo e, por isso, analisado enquanto tal, o presente artigo buscou referências nos estudos da cena e da moda. Conhecendo as estruturas para apreciação tanto do evento de moda quanto do espetáculo teatral, foram elencadas as seguintes categorias, assumindo sua viabilidade para a presente investigação: (a) espaço cênico: conjunto formado por cenário, iluminação, locação, passarela e acessórios de cena; (b) sons: ruídos e músicas utilizadas na trilha sonora; (c) produção das manequins: penteados ou perucas, sapatos, chapéus, maquiagem e máscaras; e, (d) movimento na passarela: entradas e saídas, deslocamentos individuais ou em grupo.

A partir da observação de desfiles de moda brasileiros, coletou-se exemplos para ilustrar cada um dos elementos estudados. Pode-se perceber que, em diferentes ocasiões, são observadas as categorias cênicas na produção do evento de moda. As marcas que apresentam suas coleções num evento com a relevância do São Paulo Fashion Week, uma das cinco temporadas mais importantes do planeta, atentam para o caráter comunicacional do desfile. Nesse contato direto com a imprensa e, conseqüentemente, com o consumidor, momento para expor os conceitos trabalhados durante a criação.

Em suma, espetacular é tudo aquilo que, representando uma convergência de diferentes linguagens, se expõe ao olhar. Sendo assim, o desfile de moda pode apresentar-se como um espetáculo, onde a roupa é protagonista e o estilista, encenador. Assumindo esse caráter espetacular do evento de moda, uma grande variedade de possibilidades é apresentada às marcas para a concepção da apresentação de seus conceitos de criação das roupas na passarela. A coleção, dialogando com a luz, a música, os manequins, devidamente produzidos e coreografados, transcende a roupa, leva à passarela a proposta da marca, o que esta pretende ser e mostrar ao público.

Moda e espetáculo

Um breve estudo acerca do desfile

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- > AMORIM, Valeria Fendler de; Universidade do Estado de Santa Catarina. **Desfile de moda: um espetáculo cênico**. 2007.
- > ANDRADE, Sara. Música de fundo. **VOGUE COLEÇÕES**, Portugal, Especial Moda Primavera/Verão, p. 30-32, 2007.
- > CAMARGO, Roberto Gill. **Som e cena**. Sorocaba: TCM Comunicação, 2001.
- > CAVALIERI, Cecília. Recortes urbanos. **SPFWJOURNAL**, São Paulo, Inverno 2010, day 2, janeiro 2010.
- > **Chic Gloria Kalil**. Disponível em: <<http://chic.ig.com.br/>> Acesso em: 30 mai. 2010, 14:00.
- > DE CARLI, Ana Mery Sehbe. **O sensacional da moda**. Caxias do Sul: EDUCS, 2002.
- > DEMARCY, Richard. A leitura transversal. In: GUINSBURG, J; COELHO NETTO, J. Teixeira; CARDOSO, Reni Chaves (Orgs.). **Semiologia do teatro**. 2 ed. São Paulo: Perspectiva, 2006.
- > DIAS, Regina Maria Alves. O tratamento do espaço pela cenografia nos desfiles de moda. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 8, 2008, São Paulo, **Anais do 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design**. São Paulo: AEND|Brasil, 2008. p. 238 – 243.
- > DUGGAN, Ginger Gregg. O maior espetáculo da terra: os desfiles de moda contemporâneos e sua relação com a arte performática. In: **FASHION THEORY**, edição brasileira, número 2, junho 2002, Berg 2001.
- > **FFW: Fashion Forward**. Disponível em: <<http://ffw.com.br/>> Acesso em: 30 mai. 2010, 18:30.
- > GARCIA, Carol; MIRANDA, Ana Paula de. **Moda é comunicação: experiências, memórias, vínculos**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005.
- > GLUSBERG, Jorge. **A arte da performance**. São Paulo: Perspectiva, 1987.
- > GOLDBERG, RoseLee. **A arte da performance: do futurismo ao presente**. Martins Fontes: São Paulo, 2006.
- > GUINSBURG, Jaco; FARIA, João Roberto; LIMA, Mariângela Alves de (Orgs.). **Dicionário do teatro brasileiro: temas, formas e conceitos**. São Paulo: Perspectiva; SESC São Paulo, 2006.
- > KOWZAN, Tadeusz. Os signos no teatro – introdução à semiologia da arte do espetáculo. In: GUINSBURG, J; COELHO NETTO, J. Teixeira; CARDOSO, Reni Chaves (Orgs.). **Semiologia do teatro**. 2 ed. São Paulo: Perspectiva, 2006.
- > MANTOVANI, Anna. **Cenografia**. Salvador: Ática, 1989.
- > OLIVEIRA, Érico José Souza de. Um olhar sobre o fazer artístico do outro. In: BIÃO, Armindo (Org.). **Artes do corpo e do espetáculo: questões de etnocenologia**. Salvador: P & A Editora, 2007.

Moda e espetáculo

Um breve estudo acerca do desfile

- > PAVIS, Patrice. **A análise dos espetáculos**: teatro, mímica, dança, dança-teatro, cinema. São Paulo: Perspectiva, 2003.
- > _____. **Dicionário de teatro**. 2 ed. São Paulo: Perspectiva, 2003.
- > PITOMBO, Renata. A máscara da moda e as cenas contemporâneas. In: IV COLÓQUIO DE MODA, 2008, Novo Hamburgo. **Anais do IV Colóquio de Moda**. Novo Hamburgo: Feevale, 2008. CD-ROM.
- > PRADIER, Jean-Marie. **Etnocenologia**. In: GREINER, Christine; BIÃO, Armindo (Orgs.). **Etnocenologia: textos selecionados**. São Paulo: Annablume, 1998.
- > PRECIOSA, Rosane. **Produção estética**: notas sobre roupas, sujeitos e modos de vida. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005.
- > RATTO, Gianni. **Antitratado de cenografia**: variações sobre o mesmo tema. São Paulo: Senac São Paulo, 1999.
- > RONCOLETTA, Mariana Rachel. Nas passarelas, o stylist como co-autor. **DOBRAS**, Volume 2, Número 4, São Paulo, setembro 2008.
- > SILVEIRA, Balbinette; VANDRESEN, Monique; Universidade do Estado de Santa Catarina. **Eventos de moda**. Florianópolis, 2001.

Crislaine Gruber, bacharel em Moda, Universidade do Estado de Santa Catarina
crislainegruber@gmail.com

Sandra Regina Rech, doutora em Engenharia da Produção, Universidade do Estado de Santa Catarina
sandrareginarech@gmail.com