



ModaPalavra e-periódico

E-ISSN: 1982-615X

modapalavra@gmail.com

Universidade do Estado de Santa

Catarina

Brasil

Gruber, Crislaine; Rech, Sandra Regina
INTERSECÇÕES ENTRE MODA E ESPETÁCULO: UM ESTUDO ACERCA DO
DESFILE DE MODA

ModaPalavra e-periódico, núm. 7, enero-junio, 2011, pp. 108-126

Universidade do Estado de Santa Catarina

Florianópolis, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=514051718009>

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



Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

**INTERSECÇÕES ENTRE MODA E ESPETÁCULO: UM ESTUDO ACERCA DO
DESFILE DE MODA**

Crislaine Gruber

Sandra Regina Rech

Resumo

O presente artigo propõe uma análise do desfile de moda, à luz dos estudos da cena, buscando referências na teoria da moda e do espetáculo. A partir de revisão bibliográfica e observação de desfiles durante a 18ª edição do São Paulo Fashion Week, ocorrida em janeiro de 2010, foram eleitos os seguintes elementos para apreciação do desfile enquanto espetáculo: espaço cênico, sons, produção das manequins e movimentos na passarela. Assumindo enquanto espetacular tudo que expõe ao olhar, 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: This article proposes an analysis of the fashion show, in light of studies of the scene, looking for references in the fashion and spectacle theories. From literature review and observation of parades during the 18th edition of the São 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 all that is exposed to the eye as spectacular, it was concluded that the fashion show is from the beginning a spectacle, and can therefore be appreciated as such.

Keywords: Fashion; Spectacle; Fashion show.

Introdução

O evento de moda, mais especificamente o desfile, tem como um de seus objetivos: tornar atrativo o resultado de uma produção em série, baseada na pesquisa, na criação e no desenvolvimento de produtos voltados a determinado público. Segundo Garcia (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 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.

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 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 maquilagem, 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

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-espétáculo, 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 espaços utilizados na apresentação das coleções de moda também representam estreita relação entre a moda e os espetáculos cênicos.

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, 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 Pradier (1998, p. 28), “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”. 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. Guy Debord, filósofo francês, ao analisar a sociedade de

consumo moderna, afirma que “toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de *espetáculos*. Tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação” (DEBORD, 2005, p. 13).

Buscando-se o termo espetáculo em dicionários de teatro, encontra-se, dentre outras, a obra de Patrice Pavis, que define:

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). 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.

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 o diretor, no caso do desfile, a marca, anseia levar em frente.

Categorias cênicas aplicadas ao desfile de moda

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) maquilagem; (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 maquilagem, 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).

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 às 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 (2002, p. 9) 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 platéia com uma forte impressão da experiência, realçando os componentes visuais mais memoráveis da performance”.

Já na análise teatral, pode-se elencar o trabalho de Pavis (2003, Int), que afirma que,

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.

O autor assume 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. 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.

Tendo como ponto de partida estudos sobre a semiologia da arte do espetáculo, Kowzan (2006, p. 97) 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.” 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 de cena/objetos; (b) Sons: música, ruídos; (c) Produção da manequim: maquiagem, penteado, sapatos, acessórios (máscaras, por exemplo); e, finalmente, (d) Movimento na passarela.

A escolha destas categorias deve-se, principalmente, pela relevância que elas apresentam quando propõe-se a análise do desfile de moda enquanto espetáculo cênico. Também pela identificação e reconhecimento das mesmas na estruturação de diversos desfiles no SPFW, edição de Inverno 2010. Assistindo-se a inúmeras apresentações de coleções de moda, pode-se apontar o cenário, a iluminação, a música, os movimentos na passarela, dentre outros aspectos, como decisivos na transmissão dos conceitos propostos pelos estilistas e pelas marcas.

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, consequentemente, 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 dramatúrgica 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. Portanto, não é viável a comparação entre o trabalho da manequim, em um desfile de moda, e do ator, em um espetáculo teatral. O trabalho das manequins não origina-se em um texto dramático, mas constitui-se em ser o suporte para a roupa, o texto proposto pelo estilista. A manequim veste o “texto”, deixando-o na superfície.

Ratto (1999) defende o conceito de espaço cênico considerado como uma atmosfera que atua no espetáculo de forma sensorialmente dramática. Cenografia é o espaço eleito para que nele aconteça o drama ao qual o público quer assistir. Dias (2008, p. 240) 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.

[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.

Guinsburg *et al* (2006, p. 75) 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.” Assim, o cenário é um dos elementos que constitui o espaço cênico do desfile de moda. Kowzan (2006) assegura que a tarefa primeira do cenário – também denominado pelo autor dispositivo cênico, decoração ou cenografia – é representar o lugar, que deve resultar num acordo perfeito, quando da conjunção e relação dos diversos elementos que o constituem. Ratto (1999, p. 112) 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.

Os eventos de moda, em geral, estabelecem espaços para a apresentação dos desfiles. No caso do SPFW, são estruturadas salas de desfile no Pavilhão da Bienal do Ibirapuera.

Porém, as marcas podem optar por espaços alternativos para apresentação de suas coleções. O cenário do desfile de moda constitui-se, principalmente, da passarela, que pode ter diversos formatos e composições. 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.



Figura 1 - Engrenagem na boca-de-cena do desfile da Animale, SPFW Inverno 2010.

Fonte: da autora.

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 18^a 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. Outro exemplo da 28^a edição do SPFW foi o desfile da marca Cavalera, que aconteceu na Galeria do Rock, centro de São Paulo, espaço que representa forte identificação com os conceitos propostos pela marca, além de permitir que a trilha sonora fosse apresentada ao vivo por uma banda de rock. Já o estilista Fause Haten decidiu interpretar as músicas da trilha sonora do próprio desfile. O grupo de músicos instalou-se em um dos corredores do Pavilhão da Bienal do Ibirapuera, tocando enquanto a coleção era apresentada em outro longo corredor.

Normalmente, a escolha por uma locação alternativa exige maiores esforços quando do planejamento do desfile. Toda a composição que seria montada na sala de 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 os outros elementos do espaço cênico. Além da boca-de-cena, é na passarela que se pode utilizar acessórios de cena, como ocorreu no desfile da Neon, que apresentou um leão no centro do trajeto das manequins.

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 facho 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).



Figura 2 - Manequim descrevendo círculo em volta da cadeira no desfile de Fraga.

Fonte: FFW: Fashion Forward. Disponível em: <http://ffw.com.br/>. Acesso em 12/06/2010.

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 cimento 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. Andrade (2007, p. 30) 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”. A música pode ser utilizada, em um espetáculo, com diversos fins. Camargo (2001, 118) 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 instalaram. Às vezes, basta um pequeno trecho de fácil identificação para desencadear um novo processo de leitura da cena.

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 (2001, p. 109) 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.”

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 (2001, p.145) os classifica como resto material, ou seja, “os sons que ocorrem em cena independentemente da intenção comunicativa”. 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 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 (2003, p. 170), 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”. 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. 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).



Figura 3 - Pintura facial no desfile de Herchcovitch.

Fonte: FFW: Fashion Forward. Disponível em: <http://ffw.com.br/>. Acesso em 13/06/2010.

Para Guinsburg *et al* (2006, p. 178), 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”. Ronaldo Fraga, na edição de Inverno 2010 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, nesta mesma edição do evento, 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.



Figura 4 - Máscaras em crochê, 2nd Floor, SPFW, Inverno 2010.

Fonte: FFW: Fashion Forward. Disponível em: <http://ffw.com.br/>. Acesso em 30/05/2010.

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 caiam 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.



Figura 5 - Exemplo de formas tridimensionais na passarela, desfile da Osklen, SPFW Inverno 2010. Fonte: FFW: Fashion Forward. Disponível em: <http://ffw.com.br/>. Acesso em 01/06/2010.

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) 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.

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 28^a 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.

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 coletou-se exemplos para ilustrar os 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 atentam para o caráter comunicacional do desfile. Contato direto com a imprensa e, consequentemente, com o consumidor, momento de expor os conceitos trabalhados durante a criação.

Em suma, espetacular é tudo aquilo que se expõe ao olhar. Sendo assim, o desfile de moda, em seu princípio, é um espetáculo, onde a roupa é protagonista e o estilista, encenador. 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.

Referências bibliográficas

AMORIM, V. F. de; Universidade do Estado de Santa Catarina. *Desfile de moda: um espetáculo cênico*. 2007.

ANDRADE, S. Música de fundo. *VOGUE COLEÇÕES*, Portugal, Especial Moda Primavera/Verão, p. 30-32, 2007.

CAMARGO, R. G. *Som e cena*. Sorocaba: TCM Comunicação, 2001.

CAVALIERI, C. Filme coletivo virtual. *SPFWJOURNAL*, São Paulo, Inverno 2010, day 3, janeiro 2010.

DE CARLI, A. M. S. *O sensacional da moda*. Caxias do Sul: EDUCS, 2002.

DEBORD, G. *A sociedade do espetáculo*: comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 2005.

DEMARCY, R. A leitura transversal. In: GUINSBURG, J; COELHO NETTO, J. T; CARDOSO, R. C. (Org.). *Semiologia do teatro*. 2 ed. São Paulo: Perspectiva, 2006.

DIAS, R. M. A. 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, G. G. 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 13/06/2010.

GARCIA, C; MIRANDA, A. P. de. *Moda é comunicação: experiências, memórias, vínculos.* São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005.

GUINSBURG, J.; FARIA, J. R.; LIMA, M. A. de (Org.). *Dicionário do teatro brasileiro: temas, formas e conceitos.* São Paulo: Perspectiva; SESC São Paulo, 2006.

KOWZAN, T. Os signos no teatro – introdução à semiologia da arte do espetáculo. In: GUINSBURG, J; COELHO NETTO, J. T.; CARDOSO, R. C. (Org.). *Semiologia do teatro.* 2 ed. São Paulo: Perspectiva, 2006.

MANTOVANI, A. *Cenografia.* Salvador: Ática, 1989.

OLIVEIRA, É. J. S. de. Um olhar sobre o fazer artístico do outro. In: BIÃO, A. (Org.). *Artes do corpo e do espetáculo: questões de etnocenologia.* Salvador: P & A Editora, 2007.

PAVIS, P. *A análise dos espetáculos:* teatro, mímica, dança, dança-teatro, cinema. São Paulo: Perspectiva, 2003.

PAVIS, P. *Dicionário de teatro.* 2 ed. São Paulo: Perspectiva, 2003.

PRADIER, J. Etnocenologia. In: GREINER, C.; BIÃO, A. (Org.). *Etnocenologia: textos selecionados.* São Paulo: Annablume, 1998.

PRECIOSA, R. *Produção estética:* notas sobre roupas, sujeitos e modos de vida. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005.

RATTO, G. *Antitratado de cenografia:* variações sobre o mesmo tema. São Paulo: Senac São Paulo, 1999.

RONCOLETTA, M. R. Nas passarelas, o *stylist* como co-autor. *DOBRAS*, Volume 2, Número 4, São Paulo, setembro 2008.

SILVEIRA, B.; VANDRESEN, M; Universidade do Estado de Santa Catarina. *Eventos de moda*. Florianópolis, 2001.