

UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI

REGINA MARIA ALVES DIAS

A CENOGRAFIA NOS DESFILES DE MODA

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

MESTRADO EM DESIGN

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU

São Paulo, Fev/2009

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI

REGINA MARIA ALVES DIAS

A CENOGRAFIA NOS DESFILES DE MODA

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Design – Mestrado, da Universidade Anhembi Morumbi, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Design.

Orientador(a): Prof. Dr(a) Ana Mae Barbosa

São Paulo, Fev/2009

UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI

REGINA MARIA ALVES DIAS

A CENOGRAFIA NOS DESFILES DE MODA

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Design – Mestrado, da Universidade Anhembi Morumbi, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Design. Aprovada pela seguinte Banca Examinadora:

Prof. Dr. (a) Ana Mae Barbosa

Orientador

Mestrado em Design Anhembi Morumbi

Prof. Dr. Marcello Giovanni Tassara

Mestrado em Comunicação Anhembi Morumbi

Prof. Dr. (a) Claudia Teixeira Marinho

Mestrado em Design Anhembi Morumbi

Prof. Dr. Jofre Silva

Mestrado em Design Anhembi Morumbi

São Paulo, Fev/2009

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da Universidade, do autor e do orientador.

REGINA MARIA ALVES DIAS

Graduada em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade Mackenzie. Realizou diversos trabalhos de arquitetura promocional. Foi arquiteta de empresa do ramo mobiliário executando os projetos de arquitetura para as lojas da rede, responsável pela construção e produção de studio para filmagem de comerciais de TV.

FICHA CATALOGRÁFICA

| | |
|-------------|--|
| D534c | Dias, Regina Maria Alves A cenografia nos desfiles de moda / Regina Maria Alves Dias. – 2009. 103f.: il.; 29,7 cm. |
| | Orientador: Dr ^a Ana Mae Barbosa. Dissertação (Mestrado em Design) - Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2009. Bibliografia: f. 100-103. |
| | 1. Design. 2. Cenografia. 3. Desfile de moda – |
| Cenografia. | I. Título. |
| | CDD 741.6 |

AGRADECIMENTOS

Nada faria não fosse a vida e as circunstâncias proporcionadas, por Quem é merecedor de toda gratidão: Deus.

Agradeço a toda minha família pela paciência e compreensão.

Ao meu pai, minha mãe e irmã que souberam entender o momento e apoiar em tudo que foi necessário.

Aos meus colegas de mestrado que sempre foram companheiros e amigos de verdade.

Aos meus amigos que são um tesouro para mim.

Aos professores do mestrado em Design da Universidade Anhembi, que acompanharam com verdadeira dedicação, profissionalismo e muito carinho a jornada de elaboração deste trabalho. A professora e orientadora Ana Mae, que sempre esteve presente, esbanjando sabedoria e motivação.

Ao designer José Marton e toda sua equipe, que sempre mostraram disponibilidade em ajudar.

RESUMO

Este estudo tem como objetivo analisar os aspectos envolvidos no pensar e no fazer cenográfico para os desfiles de moda. Adotou-se a metodologia qualitativa. Partindo de uma bibliografia sobre cenografia utilizada no Teatro realizamos entrevistas com alguns cenógrafos que executam projetos para a São Paulo Fashion Week, analisamos estas entrevistas e partimos para um estudo de caso. A cenografia de desfiles de moda se caracteriza pela interdisciplinaridade, pois se apropria de elementos de áreas como a Arquitetura, o Teatro, o Design e as Artes. Dos resultados obtidos, através da análise, elegeu-se dois dos aspectos mais importantes da utilização da cenografia nos desfiles de moda: seu suporte enquanto elemento de composição visual e espacial que tem a finalidade de ambientar; e sua capacidade de ajudar as marcas e os estilistas na transmissão dos conceitos que estes escolheram como temática para suas coleções.

Palavras-chave: Configurar. Conceito. Espaço. Moda

ABSTRACT

This study has the objective to analyse the aspects in the thinking and doing scenographic to the fashion show. We adopted the qualitative methodology. We started from a bibliographic study about scenographic used in the theater and through the analyse of the interviews whit scenographes who did projects for the São Paulo Fashion Week. We choose as case study the scenography of the José Marton. The scenography is characterized by interdisciplinary nature, because takes the elements from areas like Architecture, the Theater, the Design and the Arts. From the obtained results of the analyses, we pointhed as the most important aspects of the scenography use in the fashion show: its support as visual composition element and spacial that has the end of to set, and the stylist in the transmission of the concepts that these ones chose as a thematic to their collections.

Keywords: Configure. Concept. Space. Fashion

SUMÁRIO

| | |
|--|-----|
| INTRODUÇÃO..... | 11 |
| CAPÍTULO 1 – CENOGRAFIA E OS DESFILES DE MODA..... | 14 |
| 1.1 Dos desfiles de moda..... | 14 |
| 1.2 Os primeiros desfiles..... | 16 |
| CAPÍTULO 2 – ALGUNS ASPÉCTOS SOBRE A CENOGRAFIA NOS DESFILES DE MODA..... | 21 |
| 2.1 Características da cenografia..... | 21 |
| 2.1.1 Ambientar..... | 24 |
| 2.1.2 Contextualizar, transmitir conceitos e emoções..... | 28 |
| 2.1.3 Integração com várias áreas – Interdisciplinaridade..... | 35 |
| 2.1.3.1 Teatro..... | 36 |
| 2.1.3.2 Artes..... | 42 |
| 2.1.3.3 Arquitetura..... | 54 |
| 2.1.4 Adaptação à linguagem do desfile..... | 60 |
| CAPÍTULO 3 – ESTUDO DE CASO: CENOGRAFIA DE JOSÉ MARTON PARA A CORI – SPFW Verão/2008..... | 65 |
| 3.1 Importância da São Paulo Fashion Week para o calendário da Moda brasileira | 65 |
| 3.2 Escolha do cenógrafo: José Marton..... | 67 |
| 3.3 A cenografia da Cori..... | 69 |
| CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 92 |
| APÊNDICE - ENTREVISTAS COM CENÓGRAFOS E ESTILISTAS..... | 94 |
| ANEXO – BIOGRAFIA DE JOSÉ MARTON..... | 98 |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... | 100 |

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

| | |
|---|----|
| Figura 1 - Paquin às cinco horas, de Henri Gervex. 1910..... | 16 |
| Figura 2 - Défile Pierre Balmain dans une cave, Londres, 26 août 1965, archives Hulton..... | 18 |
| Figura 3 - Desfile de Lourdinha Noyama. SPFW inverno/2005..... | 25 |
| Figuras 4 e 5 - Desfile de D&G. Out/Inv. 2002..... | 26 |
| Figuras 6 e 7 - Desfile de Isabele Capeto. SPFW Prim/Verão 2009..... | 27 |
| Figura 8 - Desfile da Ellus Prim/Verão 2009..... | 30 |
| Figuras 9 e 10 - Desfile da Amapô – Pri/Verão 2009..... | 31 |
| Figuras 11 e 12 - Desfile da Movimento - Prim/Verão 2009..... | 32 |
| Figuras 13 e 14 - Fotos de Peter Granser – <i>Coney Island</i> | 33 |
| Figuras 15 e 16 - Desfile de Maria Garcia Prim/ Verão 2009..... | 34 |
| Figura 17 - Josef Svoboda. <i>A lanterna Magika</i> . 1958..... | 38 |
| Figura 18 - Josef Svoboda. <i>A lanterna Magika</i> . 1958..... | 39 |
| Figura 19 – Josef Svoboda. “Polyecran”. O nascimento do mundo. Expo/67..._ | 40 |
| Figura 20 – Josef Svoboda. “Polyecran”. O nascimento do mundo. Expo/67..._ | 40 |
| Figura 21 - Desfile Diesel. Primavera/verão 2008..... | 41 |
| Figura 22 - Bleu Pavel Tchelichev: design for Ode. 1928..... | 44 |
| Figura 23 - Bronislava Nijinska. <i>Le train</i> | 45 |
| Figura 24 - Cenário. Giacomo Balla. <i>Fireworks</i> | 46 |
| Figuras 25 e 26 - Desfile de Alexandre Herchcovitch SPFW Fev/2008..... | 47 |
| Figura 27 - Cenário de Irene Ruchti. <i>As quatro estações</i> . Balé do IV Centenário de São Paulo. 1954..... | 49 |
| Figura 28 – Hamlet de Stuart Sherman..... | 50 |
| Figuras 29 e 30 - Desfile de Jun Nakao. A Costura do Invisível. SPFW Junh/ 2004..... | 51 |
| Figuras 31, 32 e 33 - Desfile Rita Wainer Fashion Rio verão 2009..... | 53 |
| Figura 34 - Foto do Desfile da Água de Coco – SPFW Verão/2009..... | 54 |

| | |
|--|----|
| Figura 35 - Foto do Desfile da Água de Coco – SPFW Verão/2009 | 55 |
| Figuras 36 e 37 - Fotos da maquete do Desfile da Água de Coco – SPFW Verão/2009 | 56 |
| Figura 38 e 39 - Desfile de Ronaldo Fraga SPFW Inverno/2002..... | 61 |
| Figuras 40 e 41 - Desfile de Karlla Giroto SPFW Verão/2007..... | 62 |
| Figuras 42 e 43 - Desfile de Ronaldo Fraga SPFW Verão/2009..... | 63 |
| Figuras 44 e 45 - Desfile de Ronaldo Fraga SPFW Verão/2009..... | 64 |
| Figura 46 – Luminária LUG 003 - Marton+Marton..... | 68 |
| Figura 47 – Luminária LUX 001 – Marton+Marton..... | 68 |
| Figuras 48 – Desfile Cori Verão/2008 – montagem..... | 72 |
| Figuras 49 – Desfile Cori Verão/2008 – montagem..... | 73 |
| Figura 50 – Desfile Cori Verão/2008 – iluminação indireta..... | 74 |
| Figura 51 – Desfile Cori Verão/2008 – passarela..... | 76 |
| Figura 52 – Desfile Cori Verão/2008 – logotipo | 77 |
| Figura 53 – Desfile Cori Verão/2008 – logotipo | 77 |
| Figura 54 – Desfile Cori Verão/2008 – maquete..... | 78 |
| Figura 55 – Maquete para Desfile Cori Verão/2008..... | 79 |
| Figura 56 – Maquete para Desfile Cori Verão/2008..... | 79 |
| Figura 57 – Imagens do Desfile Cori Verão/2008..... | 90 |

Neste estudo, nosso olhar, motivado pela crescente repercussão dos desfiles das semanas de Moda nacionais na mídia, fixa-se sobre um dos elementos que compõe esses desfiles: a cenografia.

A pesquisa, em torno da cenografia, foi ainda motivada pelo interesse pessoal da autora deste trabalho, na criação de espaços efêmeros com objetivos promocionais, bem como, a intenção de entender a diversidade criativa que o fazer cenográfico se permite dentro do desfile, que é um evento de promoção das marcas importante para o setor da Moda.

A cenografia utilizada nos desfiles de moda veio ao encontro desses interesses pessoais, sendo um objeto de estudo que permite transitar por diferentes áreas e linguagens; característica própria das áreas criativas da contemporaneidade.

A cenografia nasceu com o Teatro, mas sua utilização se expandiu para outros campos onde se faz necessária uma ambientação. Percebemos sua presença na TV, cinema, shows, desfiles. Pensamos que cada um desses campos merece atenção, pois o universo de linguagem muda de campo para campo.

Embora o mesmo profissional possa realizar seus trabalhos de cenografia para qualquer um desses campos, pensamos que um conhecimento específico em cada um deles contribui imensamente para o fazer cenográfico como um todo.

Ao menos que seja do nosso conhecimento, ainda não existem trabalhos ou pesquisas acadêmicas sobre o uso da cenografia especificamente nos desfiles de moda. Esse fato foi importante para o encaminhamento da nossa pesquisa, pois optamos por abranger o assunto de forma a começar a entender a produção cenográfica nesse campo e quem sabe, estimular outros estudos sobre alguma especificidade desse uso.

Sendo assim, este estudo tem como objetivo a compreensão da utilização da cenografia nos desfiles de moda. Para isso nos permitimos um

breve olhar sobre a relação dos desfiles com a dinâmica da Moda e como a cenografia se insere nesse contexto.

A metodologia qualitativa foi escolhida para a construção do pensamento da pesquisa, optando-se por entrevistar profissionais, inseridos no fazer cenográfico e retirar dessas entrevistas material específico quanto ao fazer cenografia no campo da Moda.

Para o desenvolvimento conceitual da pesquisa recorreu-se as bibliografias sobre cenografia no campo do Teatro. Destas foram extraídos conceitos que dialogam com a cenografia de desfiles de Moda.

Também buscamos correlações com outras áreas para analisarmos o uso da cenografia na Moda, visto que esta, ao que parece se apropria de elementos de outras áreas como: design, arquitetura, teatro, artes.

Mesmo uma análise rápida sobre os trabalhos de cenografia para desfiles, nos permite captar elementos que se interligam com outras áreas. Portanto, seria difícil estudar a cenografia sem recorrermos a um pensamento interdisciplinar.

O termo cenografia, *skenographie*, composto de *skené* (cena) e *graphein* (escrever, desenhar, pintar), surgiu da necessidade de se configurar o espaço para a cena, de criar a atmosfera para que os protagonistas desenvolvam o enredo de uma apresentação.

Utilizamos a palavra configurar, pois conforme conceito retirado do livro *Conceitos-chave em design*:

(...) configurar se refere a “dar forma”, mas também pode se referir a “planejar a forma”, ou PROJETAR. (COELHO, 2008: 169)

Projetar e dar forma espacial a uma idéia parece-nos o trabalho do profissional que atua em cenografia. Esse projetar implica uma atividade criativa, um conhecimento de técnicas e materiais disponíveis, um planejamento de etapas de construção; enfim, exige um trabalho integrado com várias áreas do saber e com vários profissionais.

Assim, não é de estranhar que encontremos profissionais de várias áreas criando cenografia para os desfiles: artistas plásticos, arquitetos,

cenógrafos, designers, bem como equipes multidisciplinares envolvidas nesse trabalho.

Percebemos um aumento significativo no uso da cenografia e podemos nos perguntar porque algumas marcas têm direcionado altos investimentos nesse recurso?

Recorremos a um estudo de caso, com a finalidade de entender a dinâmica que envolve o criar e o fazer cenografia nos desfiles de moda. Escolhemos uma cenografia criada por José Marton, profissional que vem atuando de maneira intensa na São Paulo *Fashion Week*, considerado o evento mais importante, até o momento, do Calendário da Moda brasileira.

1 - CENOGRAFIA E OS DESFILES DE MODA

1.1 Dos desfiles de moda

Como o fazer cenográfico, está diretamente ligado à dinâmica do evento para o qual esse trabalho é usado, achamos conveniente mencionar, ainda que de forma breve, aspectos relacionados com o evento de Moda, no qual a cenografia contribui formando a composição espacial e visual: o desfile.

(...) parte do composto publicitário das grifes, cujo objetivo é desencadear o desejo de consumir os produtos ofertados. (GARCIA e MIRANDA, 2007:90)

Esse evento por sua vez é parte da dinâmica comunicativa da Moda.

O desfile foi ganhando notoriedade ao longo do tempo e hoje conta com Semanas de Moda internacionais e nacionais, que fazem parte da agenda de negócios dessa área.

Desde o surgimento dos primeiros desfiles, o objetivo das grifes que participam desses eventos é despertar o desejo de consumo dos produtos ofertados e movimentar seus negócios.

As peças de roupa e os acessórios, criados pelas grifes, são compostos em *looks* únicos para o desfile, e depois deste são separados e reorganizados de outras maneiras pelos lojistas e consumidores. Entenda-se *look* como o conjunto de roupas, acessórios, maquiagem, penteado, postura e gestualidade; que é apresentado por cada modelo no desfile, seria o 'visual' proposto e apresentado como tendência de moda.

A combinação de duas linguagens, a moda e a gestualidade, caracterizam o *look* como uma manifestação sincrética (...) A tática de ofertar combinações pré-programadas de apresentação pessoal origina-se também da inclusão da atitude corpórea idealizada como fundamento da organização da aparência. (GARCIA E MIRANDA, 2007:37)

Nos nossos dias cada desfile é único e alguns fatores contribuem para sua dinâmica; a saber, a expectativa em volta das novas tendências, o convite que aguça a curiosidade para a participação no evento, a hora pré-fixada que supõe a exclusividade de um evento único, a mobilização dos jornalistas e fotógrafos que ao longo do tempo ganharam maior espaço dentro desse evento, pois, seu trabalho é responsável por divulgar o nome das grifes através das publicações, fotos, programas de TV, internet, etc.

Outro fator importante na formação da dinâmica dos desfiles é a organização espacial do evento: a configuração dos lugares reservados ao público no lugar do desfile; a iluminação responsável por destacar os *looks* e produzir os efeitos estéticos desejáveis; a trilha sonora escolhida e pensada por profissionais especializados, que é responsável pelo ritmo da apresentação dos modelos e o envolvimento sensitivo do público; a cenografia, elemento visual responsável juntamente com os outros descritos acima, de ambientar e contribuir na transmissão da mensagem do desfile aos espectadores.

Diante disso, a maioria dos desfiles – com seus lugares numerados, expectativa de audiência, trilhas sonoras codificadas, elenco de rostos de modelos famosos mimetizando um ritual tão estocado e familiar quanto qualquer regra oficial – são deliberadamente teatro invertido: uma *performance* artística de objetivo comercial onde as entradas são de graça, mas quase tudo mais na passarela está à venda. (FREY *apud* GARCIA E MIRANDA, 2007:98)

Consideramos que para a cenografia de um desfile, dois elementos que compõe essa construção visual e espacial, podem ser considerados os mais importantes: a boca de cena e a passarela.

A boca de cena é o local previsto para o aparecimento dos modelos. Para ela ficam voltados todos os olhares que aguardam o início do desfile e é dela que surgem os modelos com os *looks* tão esperados.

A passarela é o local previsto para a apresentação dos *looks* e tem a finalidade de permitir que estes sejam visualizados por todos os ângulos.

Um bom projeto para esses dois elementos já garante em grande parte o sucesso da ambientação de um desfile e os dois juntos fazem parte da cenografia.

1.2 Os primeiros desfiles

Costureiros importantes para história da Moda, como Poiret, Chanel, Frederick Worth, costumavam apresentar suas coleções nas próprias *maisons* ou em lugares públicos, como pistas de corrida. Porém ainda não se tratava propriamente de um desfile. Jovens eram contratadas para vestirem as coleções e exibi-las em meio a clientes, que na sua maioria pertenciam a senhoras da alta sociedade.

A idéia de contratar mulheres para exibir suas roupas em ambientes elegantes foi uma tática promocional que precedeu o desenvolvimento dos desfiles de moda mais formais. (Evans, 2002: 34)



Figura 1 - Paquin às cinco horas, de Henri Gervex. 1910.

Fonte: www.brasifashion.com.

Os primeiros desfiles dos quais se tem registro aconteceram por volta do ano 1900 na França, Grã-Bretanha e Estados Unidos; e diferente dos desfiles atuais, duravam horas, tinham horários fixos e se repetiam diariamente ao longo de semanas.

Alguns autores ligam a idéia da origem dos desfiles aos ideais da Revolução Industrial. O que não resta dúvidas, porém, é que os desfiles impulsionaram o desenvolvimento da indústria da moda.

Caroline Evans, docente em História da Moda no Central Saint Martins College em Londres relata:

As apresentações de Poiret, assim como as de Lucile, dissimulavam com ilusão teatral a natureza comercial da iniciativa. (EVANS, 2002: 40)

Para Evans, desde o início, os desfiles de moda basearam-se em narrativa e drama. Essa constatação, muito provavelmente baseada nas criações de Lady Duff Gordon ou simplesmente Lucile, estilista inglesa; possa talvez, ser um dos motivos pelos quais existam semelhanças nominais entre alguns elementos utilizados na cenografia de teatral e de desfile.

Lucile, formou sua idéia de desfile, a partir das suas criações de figurinos para encenações teatrais. Seus primeiros desfiles foram na Hanover Square, 17 com manequins descendo uma escadaria.

Quando muda seu ateliê constrói um pequeno palco elevado e utiliza cortinas para decorar. Mas logo os desfiles de Lucile ganharam cenários mais elaborados como foi o *"The Seven Ages of a Woman"* que reproduziu em sete atos, o ciclo do vestuário de uma mulher. Em 1916, realizou um desfile beneficente em um teatro com duração de duas horas e meia, dramatizando a história de uma manequim destroçada pela guerra, adormecida sobre sacos de lixo.

Nos desfiles de Lucile, podemos verificar vestígios do princípio dos desfiles espetáculo.

Não existem, pelo menos que tenhamos conhecimento, muitos registros de como era a ambientação dos primeiros desfiles, mas podemos fazer

aproximações de como seriam, pelas descrições feitas em alguns textos: tapetes, cortinas, vasos e o uso da passarela elevada, que ainda não recebia essa designação, mas era chamada simplesmente de tablado. Ainda que esses elementos se aproximem mais de uma decoração, são importantes vestígios para a identificação da utilização de elementos para ambientação dos desfiles.

Também já é possível perceber uma relação entre Arte e Moda, nos trabalhos desses primeiros estilistas. Schiaparelli, estilista italiana que teve o auge de sua carreira nos anos 30, tinha suas criações influenciadas por artistas como Salvador Dali e Léon Bakst, um dos cenógrafos do Bale Russo de Diaghilev. Para ela, moda e arte deveriam caminhar juntas. Ao que parece, Schiaparelli foi a primeira estilista a produzir coleções temáticas, idéia que hoje em dia é usual nas coleções. Suas coleções eram inspiradas em temas como circo, astrologia, fundo do mar, música.

Os desfiles foram ganhando mais rapidez com as inovações da estilista Mary Quant nos anos 60. Considerados revolucionários pela rapidez com que os modelos se apresentavam, seus desfiles tinham um ritmo acelerado e produziam uma atmosfera elétrica.



Figura 2 – Desfile de Pierre Balmain em uma “cave” -adega, Londres, 26 août 1965, archives Hulton

Fonte: Musée Galliera-Showtime-Le défilé de Mode: pag. 173

A foto do desfile acima é um exemplo da escolha de um lugar já existente que serve como cenário para um desfile, no caso uma adega.

Nos anos 70 e mais especificamente em 1973, Kenzo Takada, estilista japonês, com o desfile “Cover Girls” amplificou a participação popular em um evento como esse. Foi um desfile com iluminação natural, um palco redondo e os modelos apresentaram-se de forma totalmente autônoma, com a única indicação: parecessem muito felizes. O resultado agradou a platéia e o desfile tornou-se quase um espetáculo.

Segundo Lydia Kamitsis, historiadora de moda, com os estilistas Viktor & Rolf, o desfile tornou-se uma finalidade em si. Essa dupla se fez notar desde suas primeiras apresentações colocadas sob a tutela das Artes Contemporâneas. O desfile servia para construir uma imagem conceitual, uma estratégia de comunicação que tinha, além de outros benefícios, a cobertura midiática da qual os dois estilistas se beneficiavam. (KAMITSIS, 2006: 170)

Em 1984 houve em Paris o primeiro desfile aberto ao público dessa cidade. Foi um mega show do estilista francês, Thierry Mugler, com a participação de seis mil espectadores, aproximando o evento a um entretenimento popular.

Paralelamente em Nova York eram realizados muitos desfiles artísticos com cenários urbanos como estações de trens, supermercados, depósitos, piscinas, etc.

Esse breve relato, sobre alguns eventos relacionados com a história dos desfiles, ajuda-nos a entender as transformações que esse evento vem passando e as novas formas que vem assumindo.

Pelo número de desfiles realizados nas Semanas de Moda internacionais e nacionais, podemos verificar que o desfile está caracterizado como um evento próprio para a manutenção dos negócios e a projeção das marcas no segmento da Moda.

A cenografia está presente como elemento de composição visual e espacial desse evento e em alguns casos ela é um dos componentes que se destaca nos comentários realizados pela mídia ou pelo público, depois do término do desfile.

As marcas apostam nesse recurso e algumas delas investem grandes quantias na produção cenográfica porque, como veremos mais adiante neste trabalho, vêm vantagens nesse investimento.

2 - ALGUNS ASPÉCTOS SOBRE A CENOGRAFIA NOS DESFILES DE MODA

2.1 Características da cenografia

São muitos os aspectos a serem abordados sobre cenografia, que contribuem para o seu entendimento e para o desenvolvimento do seu processo de criação.

Tentaremos traçar esses aspectos através da descrição de algumas características inerentes ao fazer cenográfico.

Um trecho de uma frase de Aloísio Magalhães, sobre cenografia, dialoga com o que entendemos ser a identidade desse elemento de composição espacial:

A cenografia é uma arte antes de tudo discreta. Existe a serviço de um texto e obedece fielmente à concepção do espetáculo, imaginada pelo diretor. Ela não deve ser notada especialmente, pois faz parte de um equilíbrio geral – partícula de um todo. (MAGALHÃES *apud* LEITE, 2003: 34)

O papel da cenografia sempre foi o de colaborar para o entendimento da idéia geral do espetáculo. Também nos desfiles de moda, onde podemos pensar que o que vale é chamar a atenção, o bom trabalho de cenografia leva em conta a não gratuitidade dos elementos utilizados.

Analisar algumas características da cenografia leva a pontos relevantes que estão presentes no processo criativo que envolve seu pensar e projetar.

Como referência teórica para nosso estudo, recorreremos às bibliografias sobre cenografia no Teatro, porém ressaltamos que a cenografia dos desfiles de moda tem suas características específicas e que, portanto devem ser feitas as devidas traduções para as particularidades desse uso.

Durante muito tempo, a cenografia teve a posição de pano de fundo, ou mera decoração.

No início da Renascença, os cenários eram simples; pinturas que apenas indicavam alguns elementos como ruas, casas. Essas pinturas eram conhecidas como "*picturatae scenae*" (cenários pintados). Os avanços empíricos dessa época com relação à iluminação também foram de grande ajuda para a encenação. Apesar da precariedade dos materiais existentes, os efeitos de luz já eram potencializados com os círios e lâmpadas de azeite.

Na maior parte do século XVI nas companhias ambulantes inglesas e nos palcos de Londres, Madri e Lisboa onde as companhias, ao ar livre, encostavam seus palcos contra as fachadas das edificações, se assemelhavam a cena elisabetana, onde o cenário construído era permanente e ia sendo acrescido de elementos cênicos adequados para a encenação.

Bastante tempo decorreu até que o cenário simultâneo fosse substituído pelo cenário único do classicismo francês, com um só lugar onde se desenvolvia toda a ação da tragédia clássica.

A busca de unidade entre cenografia e atores, ou seja, a cenografia como parte do conjunto do espetáculo começa no séc. XIX, deixando esta de ter um papel meramente decorativo e começando a ser explorada como recurso para a atuação dos atores. Essa interação: cenário - ator, ficou ainda mais evidente quando ganhou a influência da luz elétrica, fator de grande importância, pois contribuiu para esvaziar o palco dos elementos decorativos que eram usados como utensílios para iluminação, castiçais, velas, etc. Os atores e os cenários ficaram mais visíveis e a proporção entre o cenário pintado e o ator começou a coincidir.

Hoje em dia, falar em cenografia como pano de fundo ou decoração, já não faz mais sentido.

O bom cenógrafo sabe que nenhum elemento que constitui sua criação pode ser gratuito, tudo tem uma função ou relação com o espetáculo para o qual está criando, pois todos os elementos contribuem para criar o ambiente desejado. Para José Dias, o processo criativo em cenografia é árduo, no sentido de que devem ser feitos muitos estudos, muitos desenhos, até se chegar à síntese, ou seja, aquilo que de fato é necessário e adequado ao espetáculo para o qual se está criando. (DIAS, 1999)

A cenografia sem dúvidas influencia na interpretação do personagem que a utiliza, uma simples cadeira pode ser de grande valia para que o diretor de uma peça de teatro defina a marcação dos movimentos para a interpretação de um personagem. Em um desfile, por exemplo, a configuração da passarela, direciona a movimentação e a performance dos modelos.

Assim sendo, podemos considerar a cenografia como parte integrante do evento ao qual está inserida. Um elemento muito importante, mas que deve ocupar o seu lugar, pois sempre contribui com o mais importante: o cantor, no caso de um show; a interpretação do ator no caso do teatro; a notícia, no caso de um programa jornalístico; os *looks*, no caso do desfile de moda.

No dizer de Rachel Sisson, fazendo referência a cenografia como parte integrante e não passiva na composição de uma cena para cinema, mas que podemos aproveitar também para os desfiles:

Reciprocamente, a cenografia não é um setor passivo, pois que ela atua como *fed-back* sobre a direção, a fotografia, e até mesmo sobre o roteiro, já que as peculiaridades de uma locação ou a expressividade de um objeto podem sugerir modificações enriquecedoras de ações ou cenas programadas. (SISSON, 1997 : 49)

Além dessa interferência atuante da cenografia que é responsável, muitas vezes, por definir a direção do desfile, existem duas características, que ao nosso ver, podem ser consideradas as mais intrínsecas ao papel da cenografia como construção do espaço visual do desfile: ambientar e contextualizar, transmitir conceitos ou mensagens. Essas duas características são intrínsecas e inseparáveis no conjunto da cenografia. São características concomitantes porque a ambientação é feita através de elementos, formas, cores, materiais que não podem ser desprovidos de significado.

Estaremos a seguir, separando essas duas características, apenas como uma forma de entender melhor suas utilizações nos desfiles.

2.1.1 Ambientar

A cenografia é o elemento visual e plástico responsável por criar o ambiente no qual acontecerá uma cena ou uma ação. Através dos elementos que compõem o cenário, podemos identificar lugares aos quais o cenógrafo ou o diretor de desfile quer nos transportar: situações, tempo. Tudo isso pode ser transmitido através das formas, cores, texturas dos materiais empregados, etc.

Podemos dizer que ambientar, em cenografia é criar o espaço perfeito para a ação que será executada.

Ambientar é um processo que requer um projeto espacial e visual. Pode ser físico ou virtual, como o trabalho desenvolvido para a ambientação de jogos ou pelo design de interface; ou físico, como por exemplo, os projetos desenvolvidos por designers de interiores, arquitetos ou cenógrafos.

A fim de exemplificar a característica inerente à cenografia de ambientar o desfile identificando lugares e tempo, escolhemos alguns exemplos demonstrados a seguir.



Figura 3 - Desfile de Lourdinha Noyama. SPFW inverno/2005

Fonte: Revista Word Fashion Nº 6 – Jan. 2005

No exemplo acima, do desfile da estilista Lourdinha Noyama na São Paulo Fashion Week de janeiro de 2005, a idéia da estilista teve influência do pintor holandês Frans Post e a cenografia criou e simulou o ambiente desejado: a chegada de um navio, através da utilização de elementos que simbolizam essa situação. Os caixotes de madeira e a rede suspensa reportaram ao lugar pretendido.

Este trabalho utilizará um grande número de figuras como exemplos, visto que nosso objeto de estudo é um elemento visual e assim, pensamos que as imagens são o melhor recurso para sua compreensão.

No exemplo abaixo do desfile da Dolce & Gabana, a cenografia utiliza elementos próprios da estação do ano para a qual a coleção foi criada: outono/inverno.



Figuras 4 e 5 - Desfile de D&G. Out/Inv. 2002

Fonte: www.erikapalomino.com.br

As folhas secas são uma representação simbólica do outono. As cores e demais elementos ambientam o desfile e são capazes de transmitir uma sensação climática através da imagem visual do cenário que se adapta às roupas demonstradas.

No exemplo abaixo, do desfile de Isabela Capeto, o lugar escolhido para a apresentação foi o galpão da galeria de Arte Fortes Vilaça. A exibição dos looks aconteceu em meio a caixas. A coleção foi inspirada no México e os *looks* foram compostos com elementos que lembravam aquele país.

Além de criar o lugar do desfile dentro de um outro lugar que já possuía uma identidade visual, a cenografia composta por caixas, parecia lembrar que alguma coisa de grande valor estava chegando de fora. Para a demonstração dos *looks*, os elementos da cenografia foram utilizados também, para criar uma circulação diferenciada em meio às caixas ou em cima destas.



Figuras 6 e 7 - Desfile de Isabele Capeto. SPFW Prim/Verão 2009

Fonte: http://chic.ig.com.br/materias/490501-491000/490568/490568_1.html

2.1.2 Contextualizar, transmitir conceitos e emoções

As marcas e os estilistas que participam da São Paulo Fashion Week preparam suas coleções inspiradas em algum tema. Para isso, pesquisam o mercado, estudam as tendências, a cartela de cores, separam material, imagens como referência, etc. Esse material é o instrumental do estilista para materializar a sua idéia sobre o tema que estará presente em toda a sua coleção.

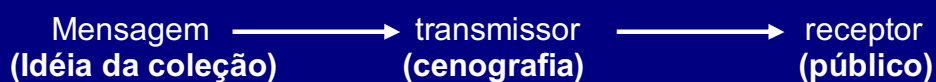
O profissional contratado para criar a ambientação do desfile é responsável por dar visualidade e materialidade ao conceito que a marca quer transmitir. O instrumento que torna possível essa materialização visual é a cenografia.

Da mesma forma que, o estilista concebe sua coleção através das referências pesquisadas, o cenógrafo também. Essas referências são muito importantes para que a cenografia atinja o objetivo de transmitir o tema que norteia a coleção da marca.

Cabe assim ao cenógrafo, combinar o material que lhe é proposto como referência e permitir que seu trabalho seja uma resposta à proposta que o cliente lhe fez.

A cenografia é responsável, muitas vezes, por criar a linguagem do desfile. Criar o elo de transmissão entre o tema da coleção e o espectador. Essa linguagem é formada através das informações visuais que o cenógrafo cria para toda a ambientação do desfile.

Podemos a partir desse raciocínio, representar um esquema que elucida o trabalho do designer ou cenógrafo contratado para realizar a cenografia do desfile de moda:



Esse esquema está apenas referindo-se a cenografia como transmissora da mensagem, mas sabemos que todos os outros elementos do desfile podem

ser considerados em conjunto como transmissores da mensagem juntamente com a cenografia: *os looks*, a iluminação, a trilha sonora, etc.

Por tudo isso, o cenógrafo é um profissional, que reúne no seu trabalho um grau de complexidade criativa bastante grande. Como diz José Dias, um conceituado cenógrafo brasileiro:

Uma formação complexa portanto é exigida do cenógrafo, para que se habilite à organização de um espaço cênico, à criação de uma ambientação visual adequada, de modo a propiciar uma boa relação palco/platéia, fazendo com que o público se integre ao espetáculo, transportando-se para o local onde se passa a ação. (DIAS, 1999)

Conceber uma cenografia para um desfile envolve pensar o espaço e criar a partir dele. Interpretar a temática proposta, escolher os materiais e a tecnologia a ser utilizada.

O resultado desse trabalho converge para uma interação com o espectador, que se apropria da proposta visual da cenografia e a ultrapassa, intertextualiza com outros textos que corroboram para a sua manifestação. O espectador tem a capacidade de ir além da visualidade que é proposta. Gianni Ratto, cenógrafo italiano que há muitos anos trabalha no Brasil, comenta a esse respeito:

Penso que a proposta visual do espetáculo deveria sugerir e não impor, abrindo espaço para a criatividade de quem está assistindo (RATTO, 2001:25)

Mesmo sendo responsável por transmitir um conceito, um tema; não é papel da cenografia, representar uma realidade. O cenógrafo pode antes estimular o espectador, ativar-lhe as sensações.

A mensagem transmitida pode ser recebida de maneiras diferentes por cada um dos espectadores porque cada pessoa responde de maneira diversa a uma mesma mensagem, esse processo depende em parte do repertório

cultural de cada indivíduo. Portanto, a nosso ver, uma cenografia que sugira ou que seja poética e não literal, pode ser muito mais enriquecedora.

A cenografia tem o propósito da comunicação: conjunto de signos visuais que comunica uma idéia, uma emoção. (ANCHIETA, 2002: 40)

Seguimos com mais alguns exemplos, onde a cenografia além de ambientar, caracteriza-se por contextualizar, dando forma tridimensional para o pensamento que desencadeou o tema para os desfiles, ou seja, contribui na transmissão de conceitos e emoções.

Na foto abaixo, da cenografia do desfile da Ellus na SPFW / Verão 2009, foi construído um aquário, para compor a boca de cena. O tema da coleção foi o fundo do mar ou como sugere a cenografia: um mergulho no fundo do mar.

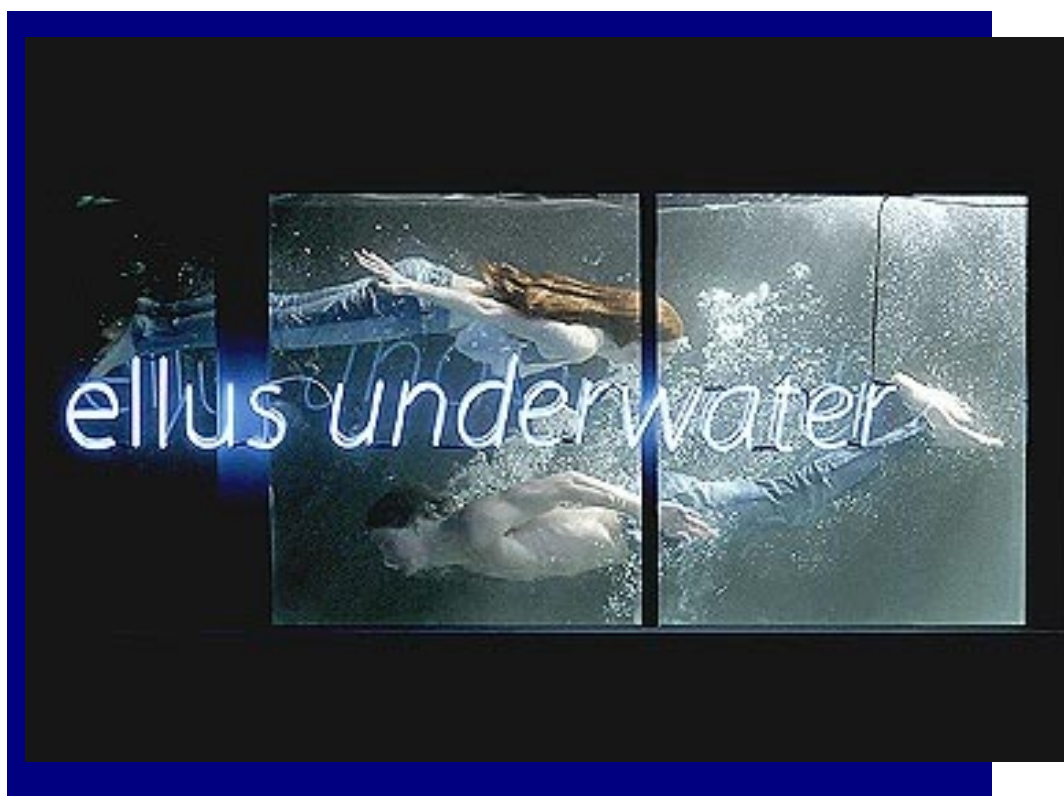


Figura 8 - Desfile da Ellus Prim/Verão 2009

Fonte: <http://moda.terra.com.br/spfw/verão/2009>

A cenografia privilegiou a construção da boca de cena que contou ainda com uma *performance* de mergulhadores. Essa *performance* foi realizada somente no começo e no fim da apresentação; pensamos que essa foi uma estratégia, porque se assim não fosse, a atenção dos espectadores poderia ficar dividida entre a apresentação das roupas e a performance, já que essa última chamava a atenção pela sua originalidade e movimento produzido.

As imagens abaixo, do desfile da Amapô para a SPFW Verão / 2009, foram tiradas depois que o painel que compunha a cenografia se abriu.



Figuras 9 e 10 - Desfile da Amapô – Primavera/Verão 2009
Fonte: www.spfw.com.br/desfiles.php

No começo do desfile esse painel, que vemos já formando a parte de trás, se abriu como se fosse um cartão de origami. O tema da coleção foi inspirado na asa-delta. A idéia era dar vida a cada cor das estampas que são a marca registrada das coleções da Amapô. Os *looks* utilizaram tecidos com relevos e dobras.

A cenografia, criada pela empresa Menegazzo Design Arquitetura, dialoga com a idéia da marca para a coleção, além de causar o efeito inicial de surpresa. A cenografia se abriu e formou a boca de cena aos olhos dos espectadores.

Pelas fotografias podemos perceber uma integração entre a cenografia e os *looks*. Ambos transmitem a idéia de tridimensionalidade, figuras geométricas. O uso colorido e monocromático das roupas foi traduzido na cenografia como a união de todas elas: o branco.

Nas fotos abaixo, do desfile da marca Movimento para a SPFW / Verão 2009, o tema era o universo selvagem traduzido por mulheres fortes e guerreiras. A cenografia de Clésio Regis transmitiu esse conceito através de um painel / mosaico, formado por linhas horizontais de cores cítricas e linhas verticais que lembram força, fazendo alusão ao tema proposto. Foram utilizados, na execução desses elementos verticais, troncos de árvores revestidas com casca de madeira sustentável. Um cenário que transmitiu a idéia da coleção principalmente pelas cores e materiais empregados, além de ter uma concepção ecologicamente correta.



Figuras 11e 12 - Desfile da Movimento – Primavera/Verão 2009

Fonte: www.spfw.com.br

O exemplo a seguir, do desfile da marca Maria Garcia, coleção para a SPFW Verão / 2009, foi inspirada em fotos do fotógrafo Peter Granser e em música de Lou Reed. Seguem abaixo, duas das fotos que serviram de inspiração para a coleção, e que a nosso ver também serviram de referência para a cenografia do desfile. As fotos foram tiradas em *Coney Island*, uma península localizada no bairro do Brooklin - NY, famosa pela sua praia e por albergar o Astroland, talvez o parque de diversões mais famoso do mundo. Esse lugar sofreu transformações ao longo do tempo: registrou seu auge nas décadas de 20 e sua decadência nas décadas de 60.

Essas transformações foram representadas pela coleção de Maria Garcia, que a dividiu em três blocos: paraíso, praia e declínio.



Figuras 13 e 14 - Fotos de Peter Granser – *Coney Island*

Fonte: www.spfw.com.br

Para a cenografia, como pode ser visto nas fotos abaixo, foi montada uma cerca de alamedado, elemento que envolve o entorno do Astroland, como registrado nas fotos de Peter Granser vistas nas figuras 13 e 14 da página anterior. A cenografia parece ter feito referência ao isolamento do local de inspiração, e permitiu o desenvolvimento do desfile transmitindo uma contraposição: o dentro e o fora, pois modelos desfilaram pelo lado de dentro da cerca enquanto outros apresentavam os *looks* pelo lado de fora.



Figuras 15 e 16 - Desfile de Maria Garcia Prim/ Verão 2009

Fonte: www.spfw.com.br

Por todos os exemplos analisados, podemos dizer que a transmissão de conceitos e idéias é intrínseca ao trabalho de cenografia. E esse fato pode dar-se de maneiras muito diversas. O designer ora sugere sendo mais ou menos implícito na sua construção visual, ora usa toda sua criatividade para que essa transmissão seja feita de maneira a proporcionar sensações diversas nos espectadores, afim de que essa transmissão seja mais sensorial e sugestiva.

2.1.3 Integração com várias áreas - Interdisciplinaridade

Concordamos com o que ouvimos em uma palestra do cenógrafo José Dias, realizada no espaço Caixa Cultural no dia 16/09/08: “cenografia é cenografia” ao explicar que cenografia não é Arte, nem Arquitetura é Cenografia.

Realmente a cenografia tem sua linguagem própria, seu campo de atuação e ação projetual próprios. Porém, também podemos notar nos trabalhos cenográficos desenvolvidos para os desfiles de moda, que os profissionais envolvidos com esses trabalhos, se apropriam de elementos de áreas como o Teatro, as Artes-plásticas, a Arquitetura.

Analisando os desfiles como um todo ou a cenografia para eles criada, podemos identificar uma das questões da contemporaneidade: o cruzamento de linguagens e a interdisciplinaridade.

Como escreve Mônica Moura em seu artigo: “A Moda: entre a Arte e o Design”:

A integração, a multidisciplinaridade, o derrubar fronteiras entre campos da esfera de criação são fundamentais para a ampliação do pensamento, da reflexão, da ação tanto na moda, no design e em outros campos que propiciem a interdisciplinaridade. (MOURA, 1995: 4-5)

Pensamos que a Moda é sem dúvidas um campo interdisciplinar e a cenografia criada para os desfiles acompanha essa característica.

Através da análise de trabalhos de cenografia realizados, iremos exemplificar esse cruzamento de linguagens e as relações com outras áreas.

Com isso, assim como foi dito no item anterior, não pretendemos dividir a ação criativa na cenografia. Nossa idéia é apenas identificar as apropriações que a cenografia transporta de outras áreas, a fim de entendermos melhor como elas fazem parte de um fazer criativo conciso e uniforme, lembrando que essas apropriações são identificadas na contemporaneidade e concomitantes no nosso objeto de estudo.

Ou seja, apesar de estarmos dividindo a seguir, áreas com as quais a cenografia se relaciona, elas se integram harmonicamente e lhe conferem uma característica interdisciplinar, característica esta atribuída muitas vezes a própria natureza do design. E porque não salientar que a cenografia realizada para os desfiles de moda tem um envolvimento com o próprio design, pois alguns fatores identificam esse trabalho com essa área, a saber, a existência de uma ação projetual, de um planejamento que elege tecnologias e materiais a serem utilizados; um compromisso com produtos e marcas elegendo formas de comunicação entre estes e seu público.

2.1.3.1Teatro

A cenografia nasceu no teatro. Existem algumas relações entre um projeto de cenografia para uma peça teatral e para um desfile de moda. Por esse motivo, nosso estudo foi buscar um embasamento teórico em bibliografias específicas de teatro e estas nos ajudaram muito a entender o fazer cenográfico.

Algumas dessas relações ou identidades estão na própria essência do conceito que fazemos sobre o que é cenografia. Uma construção espacial, um elemento que atua de forma sensorial e visual no espetáculo e no espectador porque é responsável pela criação do ambiente, da atmosfera, do lugar da cena. Carrega consigo a feliz perspectiva de ajudar a contar a história da narrativa proposta.

Percebemos relações entre os dois usos da cenografia, no teatro e nos desfiles. Por exemplo, a utilização da palavra “boca-de-cena” para os dois usos. Também para ambos os usos, a cenografia se adapta à narrativa que lhe é proposta, seja esta, um texto ou uma temática. Os recursos utilizados para a criação das espacialidades são as formas, a composição, a proporção, etc. E as imagens produzidas para ambos os usos, traduzem conceitos e sensações, através das cores, das texturas, dos materiais utilizados.

Entendemos que todas as experiências feitas pelos grandes cenógrafos da história do teatro foram importantes para a construção do pensar em

cenografia. Resolvemos apontar algumas delas, sem atribuir valores ou hierarquizar a importância que uma ou outra desempenhou para a história da cenografia de teatro ou para a arte como um todo. Um estudo sobre cada experiência dessas, demandaria uma pesquisa mais aprofundada e por demais extensa para os nossos objetivos.

Citaremos algumas dessas experiências, por identificarmos nelas, e sob um aspecto totalmente pessoal e aleatório, fatores interessantes para o nosso objeto de estudo.

Ao que parece, o primeiro momento, conhecido oficialmente, a enfrentar a necessidade de representar o espaço foi a Renascença, com a descoberta da perspectiva, os estudos da geometria e proporção, que no entender de Lucrecia Ferrara, é responsável pela:

(...) figuratividade do espaço que se expressa através da simetria (...)
(FERRARA, 2007: 10)

Mesmo quando o Naturalismo ainda era um conceito presente nas linguagens artísticas e já sob influência da luz elétrica, Antoine, diretor de teatro francês, despontou com mudanças que marcaram a história das artes cênicas. Abandonou os cenários pintados e a representação dos atores sempre de frente para o público, quebrando a “quarta parede”, uma espécie de parede imaginária que se estabelecia entre aquilo que era representado e o público. Na peça “*Les Bouchers*” que se passava em um açougue, Antoine, utilizou carne de verdade e uma ambientação semelhante a um açougue. Esse fato introduziu a teatralidade do real.

No início do século XX a idéia sobre o mundo e o homem era inteiramente nova. Podemos perceber essas novas idéias através das Vanguardas artísticas. O teatro também se inovou com os cenógrafos Appia e Craig que romperam definitivamente com o Naturalismo e foram os precursores do teatro moderno.

Adolphe Appia (1862-1928), diretor, cenógrafo e teórico suíço, estudava a relação harmônica entre todos os elementos do espetáculo, colocando o ator como o mais importante, pois o considerava como um elemento em movimento

dentro do espaço cênico, espaço este que para ele, era um espaço vivo onde a luz tinha uma função psicológica muito forte.

A riqueza do pensamento de Appia, entendendo o espaço cênico como um espaço vivo é importante para o profissional responsável pela criação desse espaço. Seu trabalho não é um elemento passivo, mas ativo, que influencia e participa do conjunto da apresentação.

Não podemos deixar de citar Josef Svoboda, tchecoslovaco, diretor técnico do Teatro Nacional de Praga em 1951, cenógrafo, com formação em Arquitetura, Artes Plásticas e Teatro. Svoboda contribuiu muito com as suas pesquisas e com a sua incansável busca da perfeição. No exemplo a seguir, fotos da peça *A lanterna mágica*, podemos ter uma idéia das experiências que esse cenógrafo realizou, ultrapassando os limites do teatro e mesclando suas experiências com projeções, reflexões de imagens.



Figura 17 - Josef Svoboda. *A lanterna Magika*. 1958

Fonte: <http://paloman.multiply.com>



Figura 18 - Josef Svoboda. *A lanterna Magika*. 1958
Fonte: <http://paloman.multiply.com>

O parágrafo anterior nos fez pensar que esse é um ponto interessante para o fazer cenográfico: será que por se tratar de um trabalho efêmero, pois existe somente enquanto a apresentação existe e vai-se quando esta termina, o projeto de cenografia deve ter menos rigor do que um projeto para outra construção espacial mais duradoura?

Talvez por ser uma construção de pouca duração, ou seja, efêmera; pode-se pensar que exige um projeto que seja a síntese, o resultado de uma elaboração bem definida, capaz de transmitir em pouco tempo, todo o significado da obra. Para isso é importante um projeto bem elaborado, afim de que a cenografia contenha as formas, as cores, os materiais, as texturas adequadas para a fácil transmissão do conceito desejado.

Soma-se ao curto tempo de duração da cenografia, o curto tempo de montagem, para a cenografia dos desfiles. Na São Paulo Fashion Week, por exemplo, esse tempo é restrito e às vezes têm-se apenas algumas horas. Todo empenho no projeto dos detalhamentos construtivos e dos encaixes das peças, garante que o resultado esperado seja realizado no curto tempo disponível.

Para Svoboda, a cenografia devia diluir-se no espetáculo a ponto de se fazer necessária e imprescindível para o significado da obra.

Nas fotos abaixo, da obra *O Nascimento do Mundo* para a Expo/67 realizada no Canadá, percebemos uma experiência áudio visual composta por 112 cubos que mudavam de imagem.

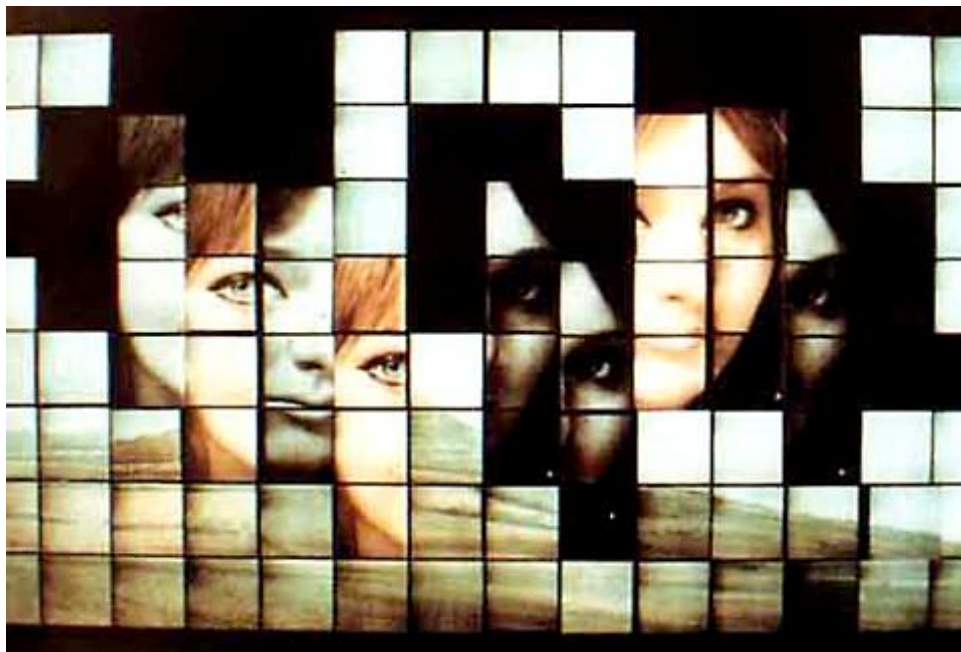


Figura 19 - Josef Svoboda. "Polyecran". *O Nascimento do Mundo*. Expo/67- Canadá

Fonte: <http://www.medienkunstnetz.de>



Figura 20 - Josef Svoboda. "Polyecran". *O Nascimento do Mundo*. Expo/67 - Canadá

Fonte: <http://www.medienkunstnetz.de>

São inúmeros os exemplos atuais de projetos de cenografia de desfiles que utilizam projeções de imagens como recurso visual. As experiências iniciadas por Svoboda continuam e estão ligadas à tecnologia disponível.

Em Florença a marca Diesel usou cenografia virtual para o desfile da sua coleção Primavera/Verão 2008. Podemos ter uma idéia do efeito produzido, através fotos abaixo.



Figura 21 - Desfile Diesel. Primavera/verão 2008
Fonte: <http://oglobo.globo.com>

O tema da coleção da Diesel foi o oceano. Em meio à apresentação dos modelos, a cenografia virtual reproduziu animais marinhos que atravessavam a passarela em imagens tridimensionais.

No Brasil já é possível dispor dessa tecnologia, mas o seu alto custo ainda inviabiliza sua utilização.

Para finalizar este item dedicado a perceber algumas relações entre os usos da cenografia no Teatro e na Moda, ainda que tenha sido de forma muito breve, podemos verificar que embora cada uso tenha sua especificidade, a cenografia como elemento utilizado em ambos os casos, circula por um campo e outro, beneficiando a comunicação entre a mensagem a ser transmitida e o espectador.

Por isso, no nosso entender, experiências nas duas áreas podem contribuir para a cenografia em qualquer das suas aplicações.

2.1.3.2 Artes

E as apropriações de elementos das Artes? São inúmeras. Podemos perceber em vários campos criativos a busca de referências na Arte e isso também ocorre com a cenografia.

Alguns movimentos artísticos colaboraram para o pensar e o fazer na cenografia. A modo de exemplo, elegemos apenas dois deles, para verificarmos essa integração de áreas: as Vanguardas russas e os Balés Russos.

A Vanguarda russa e seus movimentos surgiram em paralelo à Revolução e influenciaram várias linguagens artísticas, principalmente com sua corrente Abstracionista, que influenciou também a cenografia, que se afastou da tendência figurativa. Os espaços cênicos eram organizados através de volumes e planos, formas abstratas, elementos geométricos que ressaltavam a tridimensionalidade, esta não pela perspectiva de um desenho, mas pela ocupação de todo o espaço: na sua horizontalidade, verticalidade e profundidade.

O principal objetivo desses movimentos era a participação do público no espetáculo. Para isso era necessário romper com os padrões existentes no Naturalismo. Alguns dos cenógrafos que se destacaram foram Lavinsky, Crakovskij, Rodtchenko, estes utilizavam diversos materiais: madeira, ferro,

pontes, rodas. O palco se despiu da cortina, deixou os refletores à mostra e os cenários como o da montagem *Le cocu magnifique*, da artista plástica e cenógrafa Liubov Popova, formado por uma estrutura aparente com rampas, escadas. Essas experimentações possibilitavam a construção de cenários móveis com engrenagens mecânicas.

Outras experiências importantes, para as Artes em geral, a dança e a cenografia, podem ser retiradas dos balés russos, cuja atividade se estendeu até 1929.

Serge Diaghilev foi o idealizador dos balés russos. Ele começou a se interessar pelo balé no meio dos tzares russos e depois de alguns atritos com estes foi a Paris e realizou diversas exposições de arte russa, organizou concertos e espetáculos nesse país. Decidiu partir definitivamente para França e logo se cercou de importantes artistas plásticos europeus das décadas de 20 e 30, como cenógrafos. Entre eles Matisse, Picasso e Miró. Buscavam inspiração na imaginação e não na imitação da realidade. Suas apresentações eram espetáculos diferenciados, com cores vivas, ousadia nos gestos e nos movimentos.

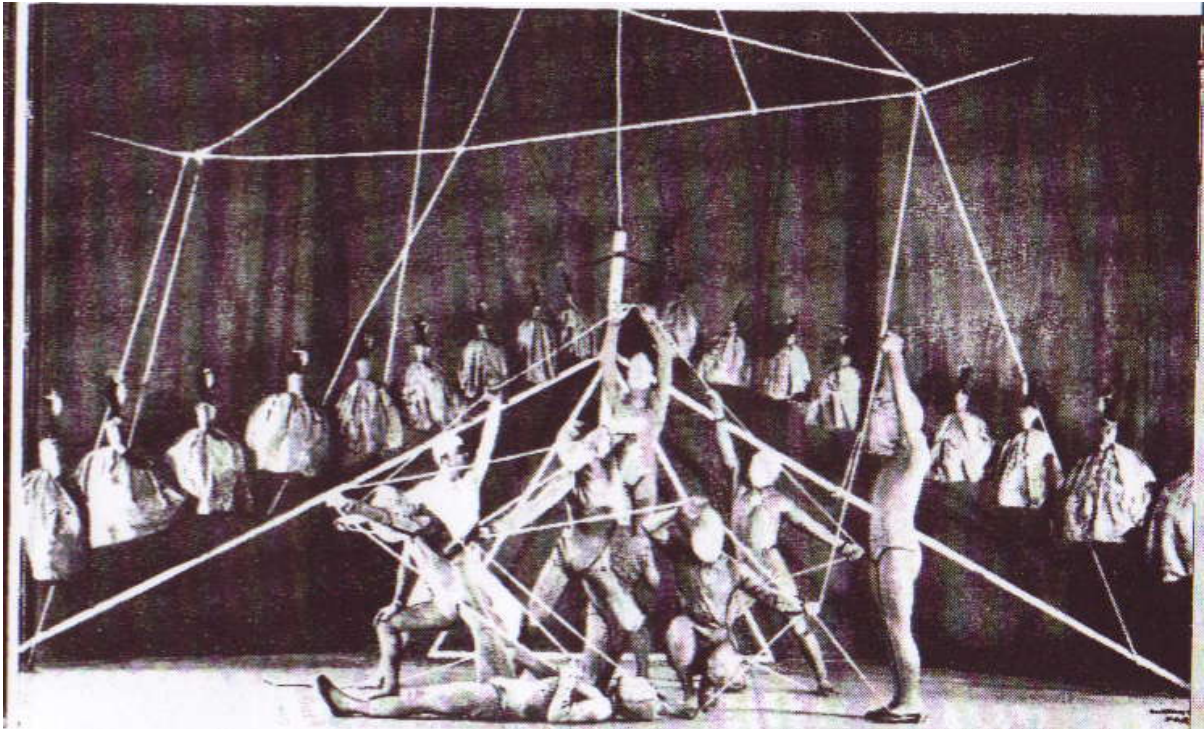


Figura 22 - Pavel Tchelichev: design for Ode. 1928

Fonte: PERCIVAL, John. The world of Diaghilev. Studio Vista. Dutton Pictureback. General Editor David Herbert. London. 1971:pg. 125

Podemos verificar, pela foto da figura acima, que existia uma preocupação com a unidade das apresentações. A cenografia, a coreografia, o figurino eram pensados como um todo harmonioso; formando uma composição visual onde todos os elementos tinham uma participação atuante, mas ao mesmo tempo integrados com os demais. Diaghilev preconizava a dança como Arte e atribuía a mesma importância para a coreografia, para a música e a cenografia. Para ele o bailarino era um traço do cenário, um elemento do conjunto.

No espetáculo: *Lê Train Bleu*, 1924 percebemos a participação de diferentes profissionais contribuindo para sua realização. O texto era de Jean Cocteau, a coreografia de Nijinsky, o cenário de Pablo Picasso e os figurinos de Chanel.

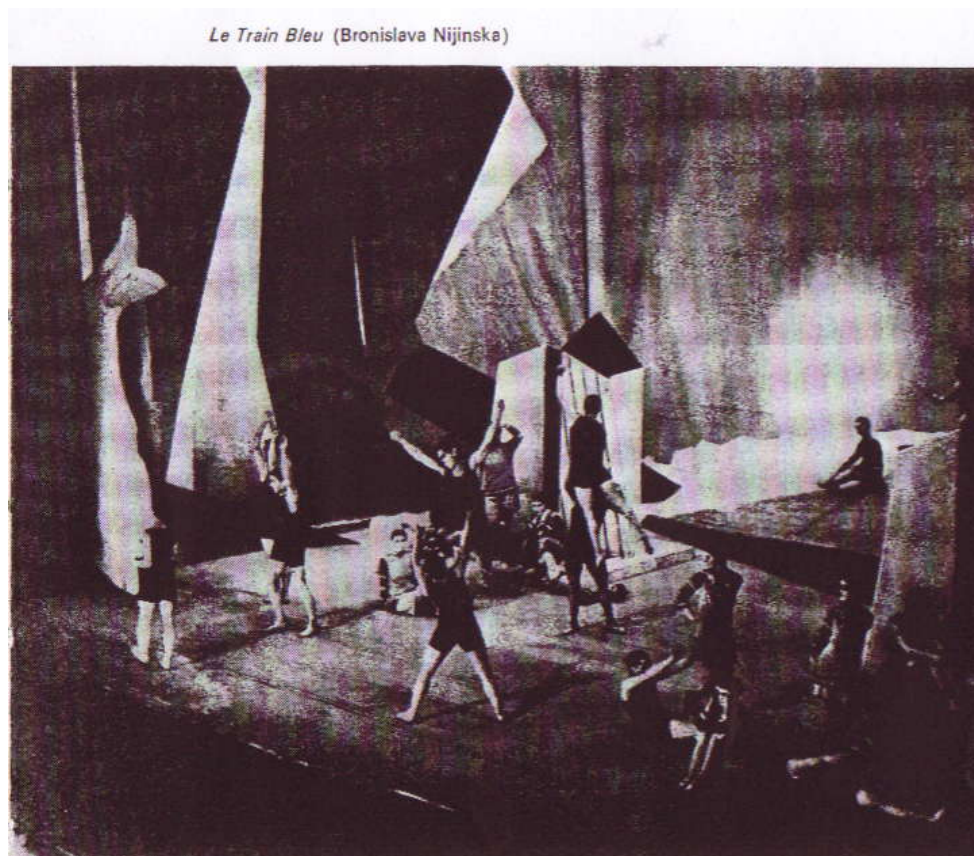


Figura 23 - Bronislava Nijinska. *Le train Bleu*.

Fonte: PERCIVAL, John. *The world of Diaghilev*. Studio Vista. Dutton Pictureback. General Editor David Herbert. London. 1971:pg. 83

Os trabalhos para a realização de um desfile de moda, também levam em conta a unidade entre cenografia, trilha sonora, iluminação, apresentação dos *looks*, objetivando uma unidade visual a favor da ampliação da recepção pelo espectador dos conceitos envolvidos; mesmo que em muitos casos, esses trabalhos sejam realizados por profissionais diferentes.

Ainda falando sobre os Balés russos, a figura abaixo, foto do cenário de Giacomo Balla de 1916, demonstra influências do Futurismo. Essas influências são percebidas em experiências realizadas em muitos dos trabalhos de cenografia que procuravam recriar o dinamismo das pinturas em tela para três dimensões.



Figura 24 - Cenário. Giacomo Balla. Fireworks

Fonte: POZHARSKAYA, Militsa and VOLODINA, Tatiana. *The art of ballets russes-The russian Seasons in Paris 1908-1929*. Aurum Press Ltda. 1990: pg. 159

Nas fotos a seguir, do desfile de Alexandre Herchcovitch, podemos perceber uma opção de projeto de cenografia, onde prevalece a figura geométrica e seus dinamismos. O tema dessa coleção a princípio era a matemática e a geometria e depois, segundo o próprio estilista em entrevista a UOL, acabou por ser a própria construção da roupa e o estudo das formas.



Figuras 25 e 26 - Desfile de Alexandre Herchcovitch SPFW Fev/2008

Fonte: Revista Caras.Nº 78. Fev/2008

Fonte: <http://blog.estadao.com.Br>

Guardadas as devidas diferenças, porque os exemplos de cenografia, citados nos dois exemplos anteriores foram pensados para eventos diferentes, influenciados por pensamentos diferentes; chamou-nos a atenção que em ambos, as formas geométricas serviram de inspiração e construção espacial. Nos dois exemplos as formas geométricas se soltaram do bidimensional e ganharam tridimensionalidade e movimento. Também nos dois trabalhos o uso da cor tem grande importância para a composição visual.

No Brasil, o Balé do IV Centenário, um corpo de bailarinos criado para os festejos dos 400 anos da cidade de São Paulo (1954), era dirigido pelo coreógrafo Aurélio Milloss¹ e as cenografias que acompanhavam esse Balé foram influenciadas pela experiência dos balés russos em contratar artistas plásticos. Milloss contratou para cenógrafos, importantes artistas brasileiros como Portinari, Flavio de Carvalho², Emiliano Di Cavalcanti, Lasar Segall, etc.

¹ Aurélio Milloss (1906-1988) coreógrafo húngaro fundador do Balé do IV Centenário em São Paulo.

² Flavio de Carvalho (1899-1973) engenheiro civil, projetou cenários para o Balé do IV Centenário. Defendia posturas “antropofágicas”

A figura abaixo, projeto de cenografia para *As quatro estações*, foi montada na apresentação do Balé do IV Centenário, nas comemorações dos 400 anos da cidade de São Paulo (1953-1954). A cenografia ficava ao fundo composta por uma estrutura metálica que representava uma constelação. Como destacou Ana Mae Barbosa, no capítulo: *A Cumplicidade com as Artes*, do Catálogo: *Fantasia Brasileira*:

A idéia era representar uma constelação, mas o curioso é que as bailarinas, quando entrevistadas vinte e cinco anos depois, referem-se à peça escultórica como “o cavalo. (SESC-SP :69)

Percebemos, pelos comentários acima, que algumas pessoas sentiram a necessidade de associar à estrutura metálica, proposta por Irene Rucht, um significado conhecido, a imagem de um cavalo.



Figura 27 - Cenário de Irene Rucht. *As quatro estações*. Balé do IV Centenário de São Paulo. 1954

Fonte Catálogo Fantasia Brasileira – O Balé do IV Centenário. SESC São Paulo

Nas Artes plásticas, o interesse pelo processo criativo tem importante peso e em alguns casos a própria obra deixa transparecer esse processo. Essa tendência, de valorizar o momento da criação, instaurou-se como prenúncio das mudanças que a Arte como um todo viriam tomar. Nos anos 60 os *Happenings*, com uma intensa valorização da participação do público e nos anos 70 as *Performances*, com a mistura de várias linguagens, instauraram-se como formas de expressão. Como escreve Renato Cohen, estavam situadas dentro do universo maior da expressão cênica, expressões estas que se apóiam no acontecimento em detrimento da representação:

(...) a *performance* funcionará como uma linha de frente, uma arte de fronteira, que amplia os limites do que pode ser classificado como expressão cênica, ao mesmo tempo em que, no seu movimento constante de experimentação e pesquisa de linguagem, funciona como um espaço de rediscussão e releitura dos conceitos estruturais da cena (forma de atuação, forma do transpor o objeto para a representação, relação com o espectador, uso de recurso, uso da relação tempo-espaço etc.) (COHEN, 1989:103)

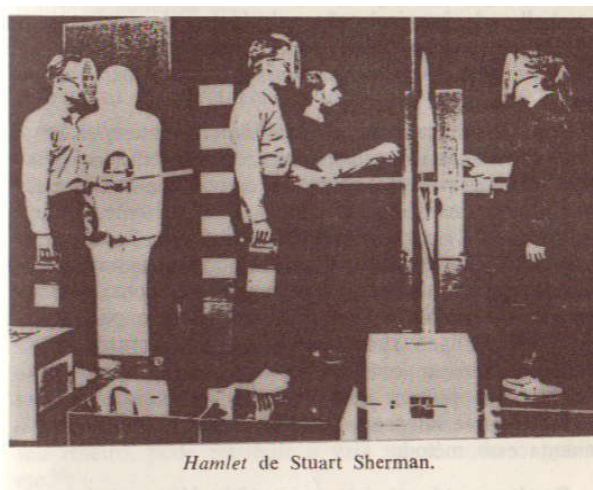


Figura 28 – Hamlet de Stuart Sherman

Fonte: COHEN, Renato. *Performance como linguagem – criação de um tempo-espaço de experimentação*. Perspectiva. 1989

Segundo Lydia Kamitsis, nos anos 60 além das apresentações das coleções, os desfiles de moda mudaram de sentido tornando-se um espetáculo

ou *happening* artístico, tirando-o da sua razão somente utilitária e comercial. (KAMITSIS, 2006:166)

Nos dias atuais, algumas marcas realizam desfiles com características muito próximas das *performances* artísticas, proporcionando uma relação com o espectador diferente dos desfiles mais tradicionais.

Podemos citar como exemplo da utilização dessa forma de expressão, o desfile do estilista Jun Nakao, para a São Paulo Fashion Week de junho de 2004, intitulado *A Costura do Invisível*.

Nesse desfile os modelos desfilaram roupas de papel, inspiradas na indumentária do século XIX, que foram confeccionadas em 700 horas de trabalho. A cenografia era composta por anêmonas feitas a partir de cones de papel vergê.

No final do desfile, os modelos rasgaram todos os *looks*.



Figuras 29 e 30 - Desfile de Jun Nakao. *A Costura do Invisível*. SPFW Junh/ 2004

Fonte: www.jumnakao.com.br

Podemos verificar na *Costura do Invisível*, que Jum Nakao fez do público, parte do seu processo criativo, porque era justamente a reação do público que o estilista queria registrar. Verificamos um desfile onde a *performance* foi escolhida como a linguagem principal. A cenografia acompanhou a idéia central do desfile, visto que foram feitas anêmonas, para representar o fundo do mar, executadas em papel, material que a princípio não é capaz de subsistir em contato com a água.

Esse desfile permitiu oportunidades de reflexão sobre o fazer e o projetar, pensar nos vazios, no significado e na valorização do processo criativo e no fazer em qualquer campo de trabalho. Como é possível costurar o invisível?

A coleção de Jum Nakao durou somente o tempo determinado pelo desfile e as roupas foram rasgadas ao final. Em um desfile comum, as roupas costumam ser o elemento motivador através do qual giram todos os preparativos do desfile. Na costura do invisível, qual será o elemento motivador, visto que as roupas deixaram de existir, ou melhor, foram destruídas sob o olhar do público?

Jum Nakao foi convidado a expor a *Costura do Invisível* em Paris no Galeries Lafayette em 2005, ano do Brasil na França. Uma coleção de moda que virou exposição de arte.

São vários os exemplos de desfiles que se apropriam de linguagens características da Arte ou que são por ela influenciados. A cenografia acompanha essa transitoriedade de linguagens e é algumas vezes o meio utilizado para que essas apropriações se manifestem.

No exemplo abaixo, do desfile de Rita Wainer, para o Fashion Rio Verão/2009 realizado no Salão Ipanema, a tipologia da apresentação também transita por uma linguagem artística. Foram apresentados apenas sete *looks*, um número bem reduzido do ponto de vista comercial.

A inspiração para o desfile: tempo, deusas, misticismo. A cenografia contou com uma escultura de cadeiras de plásticos ao fundo, um trabalho no piso com espelhos quebrados e relógios.

Três modelos ficaram no centro realizando movimentos em meio a fios e novelos de linhas e quatro outras realizavam sua apresentação andando pelo espaço disponível para o desfile. O público assistiu a apresentação em pé.



Figuras 31, 32 e 33 - Desfile Rita Wainer Fashion Rio verão 2009

Fonte: <http://contextofashion.blogspot.com> / Fotos Ricardo Leal/ RioNews

Fonte: <http://jornaldamoda.files.wordpress.com>

2.1.3.3 Arquitetura

A cenografia tem suas especificações próprias enquanto projeto, mas podemos perceber que alguns aspectos projetuais desta, também fazem parte dos projetos de Arquitetura. Só para citarmos alguns: a configuração espacial através de formas, linhas, planos, cores, texturas; a proporcionalidade entre esses elementos para transmitir a dimensão desejada e o sentido de escala; a escolha dos materiais a serem utilizados para o melhor atendimento da estruturação das formas.

Nas fotos do desfile abaixo, da Água de Coco, para a SPFW verão 2009, podemos verificar que elementos normalmente utilizados na Arquitetura para configurar o espaço foram utilizados: escadas, o patamares, muros e muretas, planos verticais e horizontais. A boca de cena é quase um espaço arquitetônico.

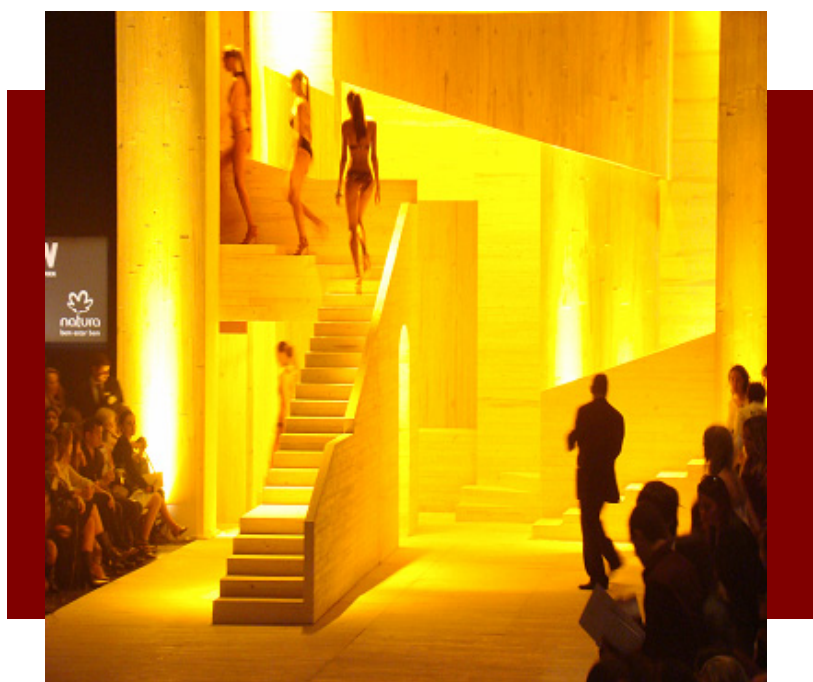


Figura 34 - Foto do Desfile da Água de Coco – SPFW Verão/2009

Fonte: cedidas pela Marton + Marton

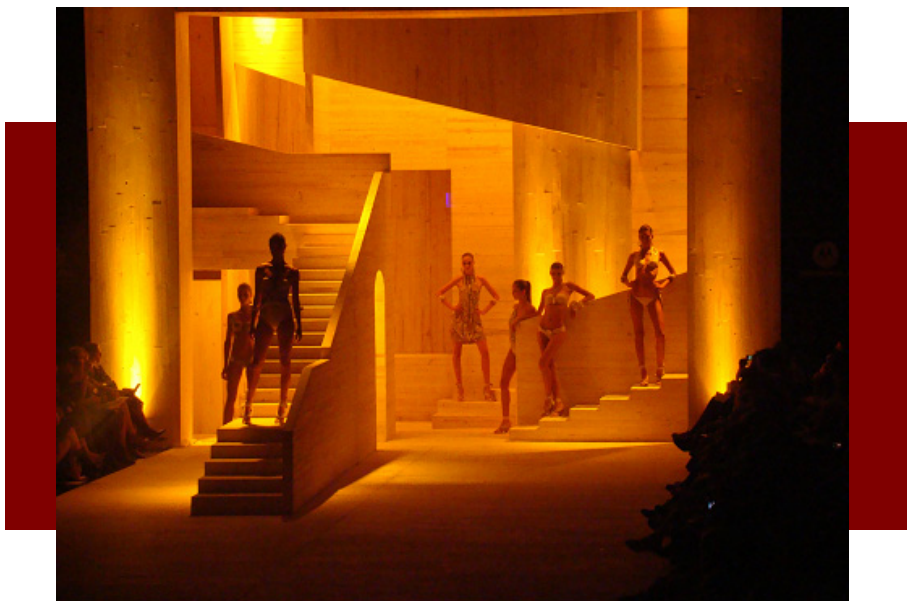


Figura 35 - Foto do Desfile da Água de Coco – SPFW Verão/2009

Fonte: cedidas pela Marton + Marton

Cada um desses elementos contribuiu para a formação de um espaço onde a circulação dos modelos foi valorizada, pois proporcionaram uma movimentação diferenciada. Os modelos surgiam ora no mesmo plano do nível da passarela, ora em um nível superior e depois desciam as escadas para demonstrar os *looks* na passarela.

A maquete é normalmente utilizada como forma de apresentação pelos profissionais que atuam no desenvolvimento de projetos espaciais. É uma forma de apresentação importante, pois contribui para uma demonstração fiel das proporções entre os elementos projetados e a circulação que será desenvolvida. Para os profissionais é um instrumento importante porque através da maquete, em alguns casos, muitos detalhes espaciais são verificados. As volumetrias podem ser organizadas, pode servir como experimentação para a construção da estrutura, para a escolha dos materiais, as cores a serem empregadas, etc.

Abaixo, fotos da maquete desenvolvida para demonstrar ao cliente o projeto da cenografia para o desfile realizado na SPFW Verão/2009.



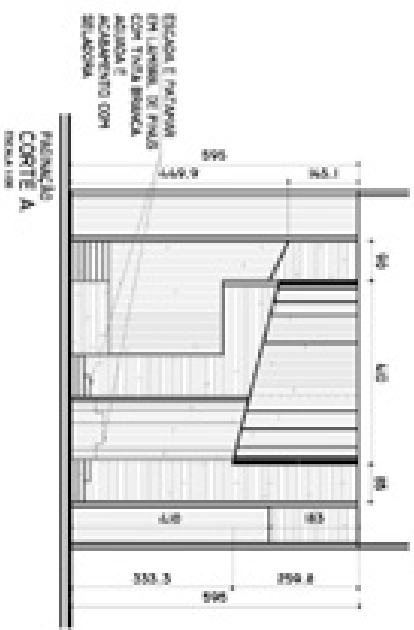
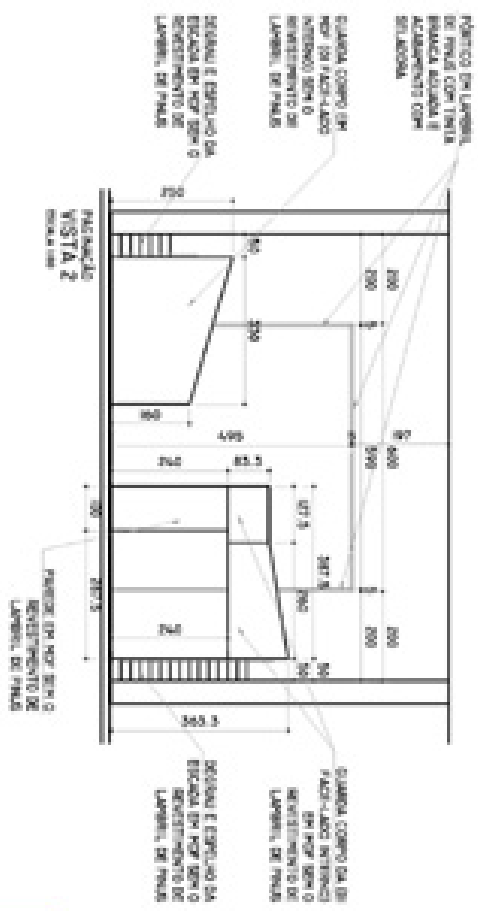
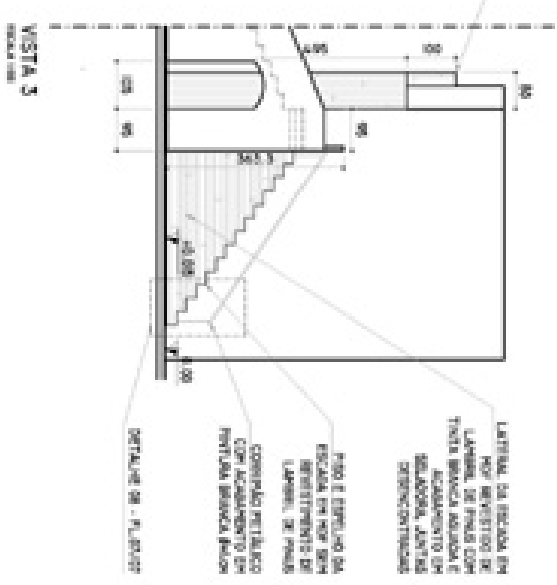
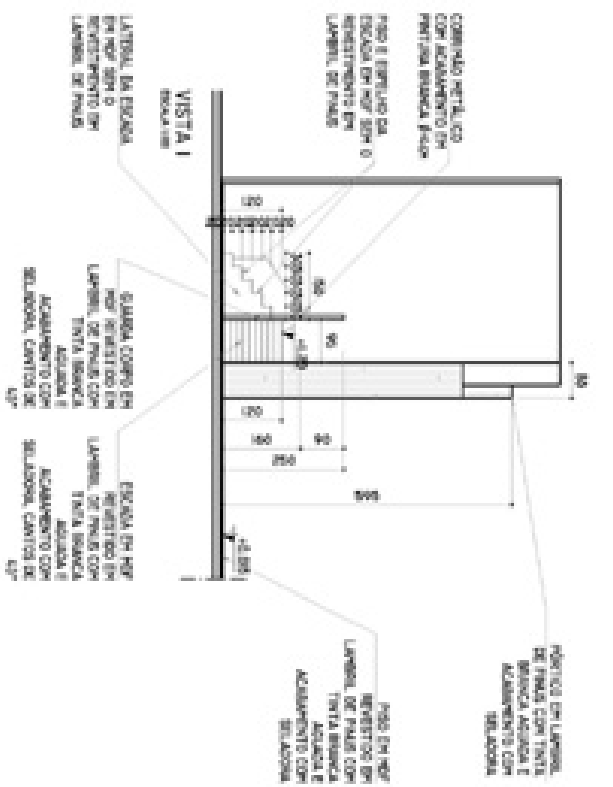
Figuras 36 e 37 - Fotos da maquete do Desfile da Água de Coco – SPFW Verão/2009

Fonte: cedidas pela Marton + Marton

Outro fator interessante é que o projeto de cenografia tem muita semelhança com um projeto de arquitetura, pois também é feito em escala, mostrando todos os elementos e suas medidas, seus detalhes construtivos.

A seguir, apresentamos três das folhas do conjunto de dez folhas do projeto realizado pela Marton & Marton para o desfile da Água de Coco.

São utilizadas as mesmas representações dos desenhos de Arquitetura, a saber: Plantas Baixas, Cortes, Elevações. Também observamos o rigor no detalhamento de todo o cenário. Existem especificações sobre as medidas a serem obedecidas e as aplicações dos revestimentos.



marton

interiores

| | | | |
|---|---|--------------------------------------|---------------------|
| nome do usuário: AQUARÉ-COELHO,APRIL,LYONE,LOUIZIANI | departamento: POR - SINAIS PAVILÃO - | projeto: POR - SINAIS DISCIPLINA: | data: 09/04/2020 |
| versão e corte: ÁGUA DE COORDENADOR | projeto: POR - SINAIS DISCIPLINA: | | data: 09/04/2020 |

2.1.4 Adaptação à linguagem do desfile

A cenografia é um elemento que se adapta e ajuda na contextualização da grande variedade de tipos de desfiles possíveis. As marcas e os diretores de desfile procuram ter uma tipologia de desfile usual para suas apresentações, por exemplo, algumas marcas escolhem um desfile mais tradicional com passarela de aproximadamente 30m de comprimento e a boca de cena, abertura por onde saem os modelos que desfilam os *looks*.

Outras marcas optam por desfiles mais elaborados e que se assemelham a shows. Existem nesses tipos de desfiles elementos que procuram surpreender os espectadores pela sua magnitude, beleza, etc.

Existem também, como já foi citado neste capítulo, desfiles que utilizam linguagens mais comumente usadas pela Arte. Exemplo disso são os desfiles que privilegiam a performance ou a instalação como representação. Estes são geralmente, utilizados por marcas que querem deixar no público uma imagem diferenciada da sua identidade.

Alguns estilistas e marcas aproveitam o momento do desfile como um momento de expressão ou manifestação. Com isso podem ser agregados outros valores ao desfile que ultrapassam o intuito de direcionar tendências e aumentar os negócios.

Marton, cenógrafo conceituado pelos trabalhos já realizados na SPFW, cuja cenografia foi escolhida como estudo de caso do próximo capítulo deste trabalho, gosta de chamar essa tipologia a que nos estamos referindo de *DNA* das marcas.

A cenografia acompanha esses diferentes tipos de desfiles e contribui para sua realização. Em alguns casos os próprios cenógrafos sugerem a tipologia que melhor expressa a identidade da marca.

A presença da cenografia, em qualquer uma dessas tipologias, pode dar-se de maneira muito diversa; em alguns casos, a cenografia é composta por um ou alguns objetos compondo o espaço do desfile ou sendo manejados pelos modelos, em outros casos é uma construção tridimensional, em outros

ainda privilegia projeções de imagens, enfim, não existe limite para o potencial criativo nesse trabalho.

Para verificarmos essa integração cenografia/tipologia de desfile, iremos pontuar alguns exemplos.

No desfile do estilista Ronaldo Fraga intitulado: “Corpo Cru”, realizado na SPFW Inverno/2002, podemos verificar algumas características que quase se aproximam de uma instalação artística.

O estilista não demonstrou seus *looks* em modelos. Estes foram demonstrados em silhuetas de madeira, penduradas por cabides em uma espécie de carrossel. A cenografia era composta por um trilho com roldanas por onde os cabides com os *looks* iam passando.



Figura 38 e 39 - Desfile de Ronaldo Fraga SPFW Inverno/2002

Fonte: http://almanaque.folha.uol.br/spfw01_ronaldofraga.htm e www.terra.com.br

No desfile abaixo da estilista Karlla Giroto na SPFW Verão 2007, o tema da coleção era: “De verdade”. O conceito era brincar com o leve e o pesado, os *looks* eram de numeração alta e foram expostos em balões de ar puxados por modelos. O lugar escolhido como cenário foi o jardim da Bienal do Ibirapuera. Esse cenário ao ar livre foi composto por balões brancos e alguns pares de calçados distribuídos pela escadaria da Bienal. Percebemos a identificação de uma linguagem também artística, com ênfase na *performance*.

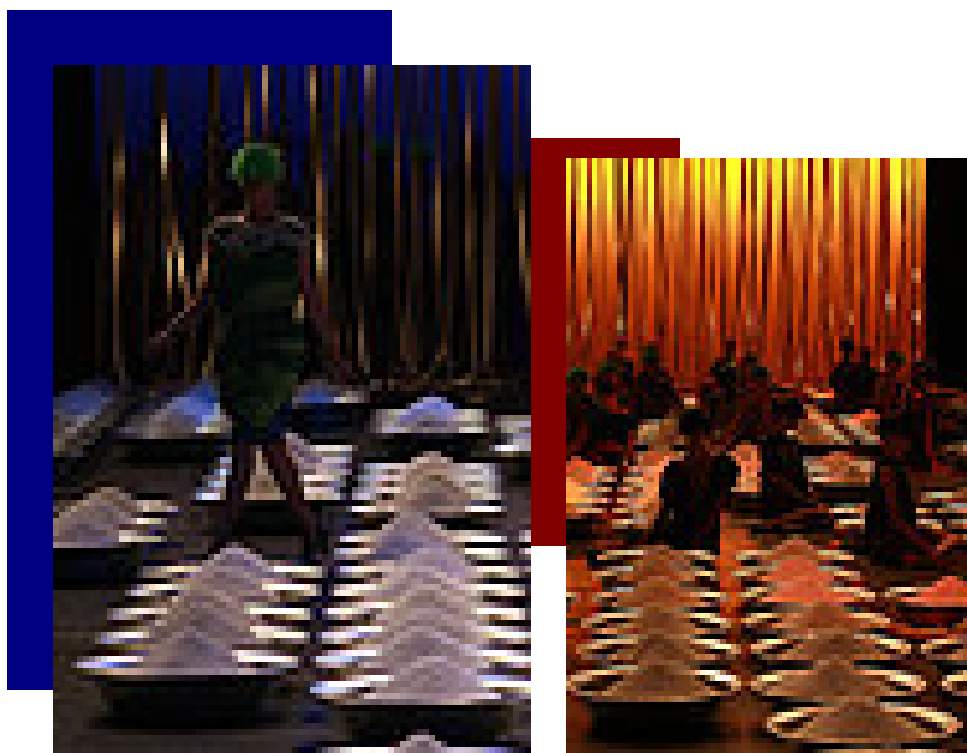


Figuras 40 e 41 - Desfile de Karlla Giroto SPFW Verão/2007

Fonte: http://chic.ig.com.br/materias/379001-379500/379110/379110_1.html

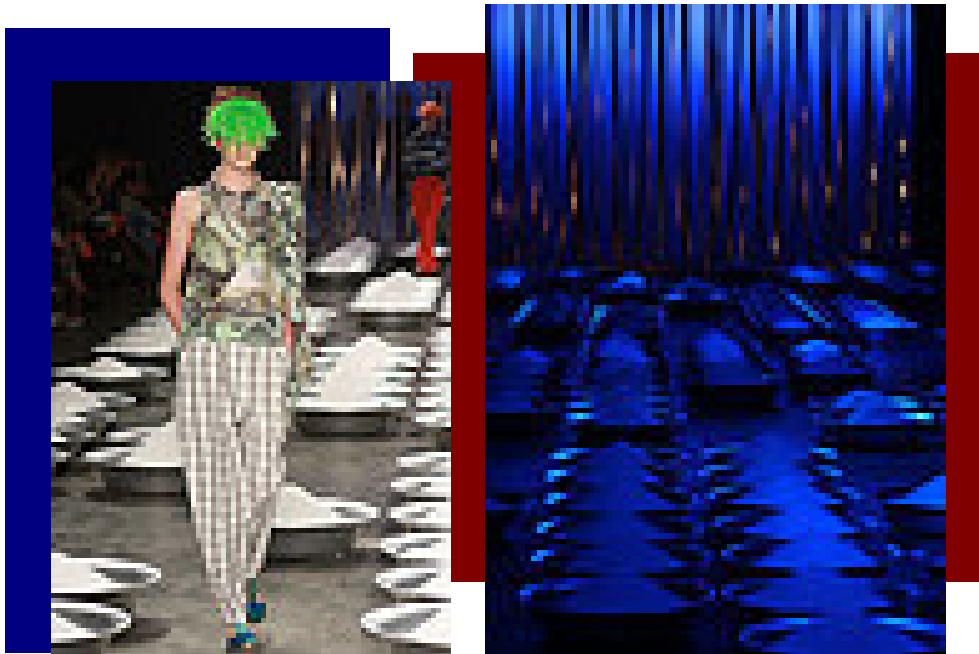
Alguns estilistas usam o espaço do desfile como um momento para manifestação de causas sociais, ecológicas, etc. Podemos verificar essa característica no desfile de Ronaldo Fraga da SPFW Verão 2009. O estilista pôde manifestar sua adesão às causas ecológicas e o espaço do desfile serviu para que ele compartilhasse com os espectadores sua reflexão sobre a transposição do Rio São Francisco, assunto muito vinculado pelos meios de comunicação no país à época do desfile.

A cenografia, assinada por Clarissa Neves e Paulo Waisberg, configurou a construção visual da idéia. De uma maneira metafórica, foram utilizadas bacias cheias de sal, representando a salinização do rio.



Figuras 42, 43 - Desfile de Ronaldo Fraga SPFW Verão/2009

Fonte: <http://chic.ig.com/materias/490501-491000>



Figuras 44 e 45 - Desfile de Ronaldo Fraga SPFW Verão/2009

Fonte: <http://chic.ig.com/materias/490501-491000>

A cenografia, nos dois exemplos acima, além de contribuir com a tipologia de desfile escolhida pelas marcas, foi utilizada como um recurso necessário para a formação da imagem visual e a transmissão dos conceitos envolvidos no desfile.

Falamos de recurso necessário, porque a nosso ver, a cenografia existe mesmo quando ninguém pensa nela objetivamente. Um desfile pode realizar-se em uma sala vazia, em uma paisagem natural e estes necessariamente são cenários e influenciam na construção visual do evento.

3 - ESTUDO DE CASO: CENOGRAFIA DE JOSÉ MARTON PARA A CORI – SPFW VERÃO/2008

3.1 Importância da São Paulo *Fashion Week* para o calendário da Moda brasileira

A São Paulo *Fashion Week* (SPFW) é, até o momento, o maior evento do calendário da moda brasileira. Além disso, vem sendo fundamental, tanto para a criação da identidade nacional com relação à concorrência internacional, como para a qualificação do setor. Vemos a SPFW citada entre as maiores semanas de moda do mundo, juntamente com as semanas de Paris, Milão, Londres e Nova York.

Um dos eventos precursores da SPFW foi o Morumbi *Fashion* Brasil, com as duas primeiras edições realizadas no Morumbi Shopping; a terceira edição realizada no *Jockey* Clube de São Paulo e as demais, no Parque do Ibirapuera e no Pavilhão das Artes Manoel de Nóbrega. Sua última edição foi no ano 2000 e deste momento em diante, Paulo Borges criou a São Paulo *Fashion Week*, com sua primeira edição em 2001, no Parque do Ibirapuera, na Pinacoteca e na Marquise e mais tarde passou para a Bienal onde continua até hoje. Com a criação da SPFW, sedimentou-se o Calendário da Moda no Brasil.

O calendário da Moda está diretamente ligado a indústria têxtil. A participação na SPFW vem sendo um fator importante para o fortalecimento das marcas no mercado.

Anualmente, nas duas edições da SPFW: Primavera/Verão e Outono/Inverno, a imprensa nacional se volta para esse evento que recebe cobertura nos jornais, revistas, TV, rádio, internet e na mídia em geral.

O público que é de aproximadamente cento e vinte mil pessoas durante cada evento; entre imprensa, celebridades e por quem consegue de alguma maneira o convite para um determinado desfile. O convite é necessário para entrada nos desfiles. Por este fato, entendemos que, ao menos por enquanto, não é um evento aberto ao público em geral.

A cenografia está presente em todos os desfiles e também na ambientação dos espaços da Bienal do Ibirapuera. No ano de 2001 quando o Morumbi *Fashion* deu lugar a atual SPFW, a cenografia dos espaços da Bienal foi projetada pelo arquiteto Isay Weinfeld que cobriu o piso térreo com um gramado artificial e revestiu as colunas com tecido.

Na 25ª edição da SPFW Primavera/Verão 2009 que aconteceu de 17 a 23 de junho de 2008, foram realizados 50 desfiles. Listamos a seguir algumas marcas, seus temas para as coleções e os responsáveis pela cenografia:

- **Água de Coco** - tema da coleção: Mediterrâneo - cenografia: Marton + Marton;
- **Cavalera** – tema da coleção: imagens surreais – cenografia: Píer Balestrieri;
- **Lino Villaventura** – tema da coleção: Construtivismo – cenografia: Graça Borges;
- **Ronaldo Fraga** – tema da coleção: “Velho Chico” – cenografia: Clarissa Neves e Paulo Waisberg;
- **CIA Marítma** – tema da coleção: o estilo hippie do fim dos anos 60 – cenografia: Daniela Thomaz e Felipe Tassara;
- **André Lima** – tema da coleção: construção arquitetônica – cenografia: Marton + Marton;
- **Lódice** – tema da coleção: Atlântica, o reino perdido – cenografia: equipe Lódice;
- **Fórum Tufi Duek** – tema da coleção: Lençóis Maranhenses – cenografia: Marton + Marton;
- **Animale** – tema da coleção: uniformes militares do Oriente Médio – cenografia: Fernando Bretas;

- **Blue Man** – tema da coleção: poesia urbana e cidades fantásticas, homenagem a Burle Marx e Sérgio Bernardes – cenografia: Visorama Diversões Eletrônicas;
- **Vide Bula** – tema da coleção: fotos de David Hamilton (anos 70) – cenografia: Marton + Marton

(fonte: www.portocultura.com.br/moda/spfw09)

Com o elenco acima podemos ter uma idéia da variedade de temas que inspiram as coleções e também dos diferentes profissionais responsáveis pela cenografia.

3.2 Escolha do cenógrafo: José Marton

Para o estudo de caso a que nos propomos neste trabalho, escolhemos um desfile da São Paulo *Fashion Week*, pela sua importância quanto evento na área da moda brasileira e escolhemos entre os cenógrafos, um que fosse representativo pela sua atuação nesse evento: José Marton, responsável pela criação da cenografia de nove, dos quarenta e nove desfiles da SPFW primavera/verão 2009 (25ª edição da SPFW), que aconteceu em julho de 2008.

Marton, também vem sendo responsável por um número significativo de projetos de cenografia em todas as edições do evento.

Além disso, nosso interesse pelo trabalho de José Marton se deu também, pelo fato de ser um profissional que tem outros trabalhos de Design. Nas cenografias dos desfiles de sua autoria podemos observar, um elaborado trabalho projetual que se identifica com o Design e a Arquitetura, formação da autora desta dissertação.

A formação de José Marton é Artes Plásticas. Alguns dos trabalhos realizados pela sua empresa, Marton + Marton, estão entre: projetos cenográficos para desfiles de moda; projetos museográficos com direção própria para exposições; projetos cenográficos para shows; vitrines de lojas; projetos de concepção de lojas utilizando recursos cenográficos; trabalhos de design de objetos, entre eles as luminárias LUG 003 e LUX 001, da linha

Entrelinhas, que foram premiadas em Novembro de 2006 pelo IF Product Design de Hannover.

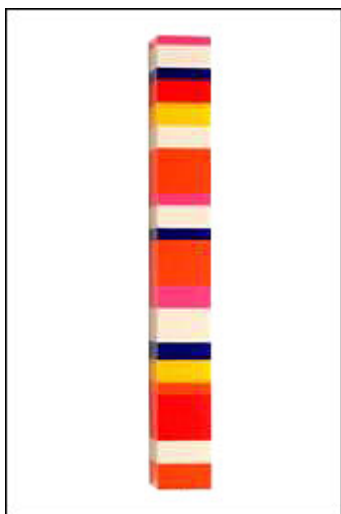


Figura 46 -Luminária LUG 003 – Marton+Marton

Fonte: www.textilia.net/sitenovo/portaldecoracao



Figura 47-Luminária LUX 001 –

Marton+Marton

Fonte: www.textilia.net/sitenovo/portaldecoracao

Foram realizadas duas visitas à empresa Marton+Marton. Na primeira delas, levamos perguntas estruturadas que fazem parte do apêndice deste trabalho, onde José Marton pôde discorrer sua opinião sobre o papel e a importância da cenografia. Na segunda visita, José Marton pôde discorrer abertamente sobre seu trabalho de cenografia para o desfile da Cori SPFW Verão/2008 escolhido como estudo de caso deste trabalho. Essa entrevista foi gravada e dela retiramos os dados a serem expostos no próximo item.

No nosso primeiro contato com José Marton, este disse que o seu trabalho se aproximava muito da Arquitetura, fato facilmente perceptível pela análise de alguns dos seus cenários. Seu processo de criação é muitas vezes precedido por uma visita ao local definido para o desfile. Tal procedimento também é usual em trabalhos de projetos de Arquitetura.

Nessa visita, Marton, analisa a posição dos espectadores, o tipo de visão que estes terão; e depois dessa averiguação, muitas vezes já é concebido o partido do projeto, como por exemplo, se irá utilizar passarela elevada ou não.

Para entendermos o que é partido na área da Arquitetura, nos baseamos no conceito de Carlos Lemos:

Partido seria uma consequência formal derivada de uma série de condicionantes ou de determinantes; seria o resultado físico da intervenção sugerida. (LEMOS, 1991: 41)

A visita ao local do desfile, permite ao profissional retirar do espaço já existente e no qual ele irá interferir, dados espaciais como alturas, tamanhos, visualidades, elementos fixos pré-existentes como, por exemplo, pilares, janelas. Esse trabalho também é fundamental para a concepção do projeto.

3.3 A cenografia da Cori

Escolhemos a cenografia do desfile da Cori, para a SPFW Verão/2008 realizado em 15 de junho de 2007, a fim de servir como um exemplo para entendermos a dinâmica que envolve a contratação, o projeto e a execução desse trabalho.

Como já foi dito, o conteúdo relatado a seguir foi elaborado tendo como base entrevista aberta realizada com José Marton. Foi uma longa entrevista e por isso não a anexamos à dissertação. Marton foi de uma generosidade enorme abrindo seus arquivos sem restrições.

Marton é um profissional que pensa sobre o universo da Moda, no qual seu trabalho está inserido. Lembrou que o desfile é um momento único e que nem todos os *looks* são comerciais, que a venda não é feita somente depois do desfile, esta também pode ser feita em um mês antes, no *showroom* da fábrica, no lançamento das coleções onde os lojistas e compradores escolhem as peças. Essa informação de Marton enfatiza o que já foi dito anteriormente, que o desfile além de ter como objetivo a venda dos produtos da coleção, também é um bom momento para a projeção das marcas no mercado.

E será que a cenografia contribui para que a projeção das marcas aconteça, já que algumas delas investem uma quantia razoável nesse recurso visual?

Solicitamos ao Marton seu parecer sobre essa questão. Ele elucidou que o investimento vale a pena. O gasto com a cenografia é muitas vezes menor do que o necessário para a divulgação da marca em algum outro meio de propaganda. As marcas fazem uma soma, a centimetragem, cálculo em centímetros de quantas vezes a sua marca foi citada pela mídia depois do desfile. Essa soma leva em consideração tanto os comentários sobre o próprio desfile, quanto os comentários sobre a cenografia e o trabalho do Marton, por exemplo.

O resultado parece ser vantajoso para as marcas.

A Cori, como pode ser visto no seu *site*, foi lançada nos anos 60 com a proposta de criar roupas femininas para mulheres que começavam a ingressar no mercado de trabalho. Essa característica é peculiar da marca até nossos dias, roupas para mulheres sofisticadas que transitam pelo mundo do trabalho.

Marton começou a desenvolver o projeto da cenografia do desfile da Cori SPFW Verão/2008 depois de uma reunião nas dependências da marca. Naquele ano o estilista da marca era Alexandre Herchovicht.

Nessa reunião foi passado o *briefing* da coleção: cores naturais, terra, água e a inspiração em Maria Bonita e Lampião, portanto no cangaço. Alexandre Herchovicht acentuou seu desejo de trabalhar a terra e a água.

Uma das determinantes exposta pela marca, a ser levada em consideração pelo projeto da cenografia, foi o fato de que naquele momento, a marca dispunha de pouca verba para a realização do cenário.

Marton disse que essa primeira reunião que dá início a qualquer um dos seus trabalhos varia muito de marca para marca; pode ser realizada em conjunto com o estilista, com o diretor de desfile, com o *stylist* ou em alguns casos com profissionais de vários departamentos da marca. O *briefing*, ou seja, o elenco de informações básicas que a marca transmite como referências ou

exigências a serem levadas em conta para a realização dos trabalhos, geralmente, concentram-se na cartela de cores da coleção, no tema que serviu de inspiração para a coleção.

No caso específico da Cori, Marton já conhecia o estilo da marca, pois também é responsável por criar o conceito para algumas lojas dessa marca. Penso que se assim não fosse, seria importante para o cenógrafo, identificar as características da marca, o público a que sua roupa se destina, o tipo de desfiles que ela vem fazendo nas últimas edições, etc. Esse estudo é importante para que a cenografia esteja de acordo com o estilo da marca e ajude a transmitir sua identidade.

Quando saiu da primeira reunião da Cori, Marton já começou a conceber a cenografia e já a idealizou em sua mente.

Marton evita buscar referências em fotos de revistas ou livros porque esse procedimento bloqueia sua ação criativa. Ele diz que busca suas referências na rua, na arquitetura, nas pessoas e guarda informações em um caderno. Uma mancha o inspira, pois prefere formas às fotos ou imagens.

Terra e água. Dois elementos de contraste, ainda mais na região do Nordeste. Eram esses os elementos que Marton precisava trabalhar no projeto da cenografia para o desfile da Cori.

O pensamento de Marton foi para o caminho. O caminho que a população das regiões áridas do Brasil percorrem em busca da água.

Ao procurarmos dentre as cenografias do Marton, a que gostaríamos de apresentar como estudo de caso; o que foi decisivo na escolha da cenografia do desfile da Cori, foi a maneira clara com que a boca de cena e a passarela foram desenvolvidas para o desfile. Penso que esses dois elementos são, em termos de projeto de cenografia, os que merecem maior atenção por parte do design, porque são os elementos essenciais da cenografia de desfile.

Na entrevista com o Marton, ficou claro que ele concebeu a cenografia da Cori dando significados a esses dois elementos.

A boca de cena representa a estruturação do lar nordestino, com uma única saída simbolizando a saída para a busca da água.

O caminho por entre terra batida simboliza o caminhar da população em busca da água e esse caminho pode ser muitas vezes sinuoso, representado pelas curvas criadas por Marton.

Terra e água. Marton sintetizou esses dois elementos no espaço reservado para a passarela. E destacou um caminho bem delimitado por entre uma área de terra batida.

Podemos observar uma poesia nesse projeto, que conforme, o próprio Marton ressaltou, está presente em todos os seus trabalhos, ele não gosta de ser literal, prefere ser poético. Um caminho a percorrer, eis a poesia proposta por Marton.

A partir desse caminho, resposta ao *briefing* proposto, Marton passou a definir a volumetria das formas, o material a ser empregado, etc.

A boca de cena foi estruturada com tocos de madeira, com uma única passagem lateral para entrada e saída de modelos que, conforme pode ser visto na foto abaixo, está disposta onde termina o caminho que vem da passarela.



Figuras 48 – Desfile Cori Verão/2008 - montagem

Fonte: cedidas pela Marton + Marton



Figuras 49 – Desfile Cori Verão/2008 – montagem

Fonte: cedidas pela Marton + Marton

Essa estrutura foi criada com tocos de madeira em *pinus* natural, com vãos irregulares para passagem de luz e como já foi dito, Marton quis simbolizar, com esse elemento, a estruturação do lar nordestino, mas esse significado é apenas sugerido. Na verdade esse é um dos papéis fascinantes da cenografia: sugerir. Estar aberta a interpretações variadas.

Essa parede estava dentro de uma caixa que a encobria e que permitiu a abertura para entrada e saída dos modelos pela parte da frente e a iluminação pela parte de trás, que atravessou os vazios deixados pela colocação dos tocos, como pode ser observado na foto a seguir.

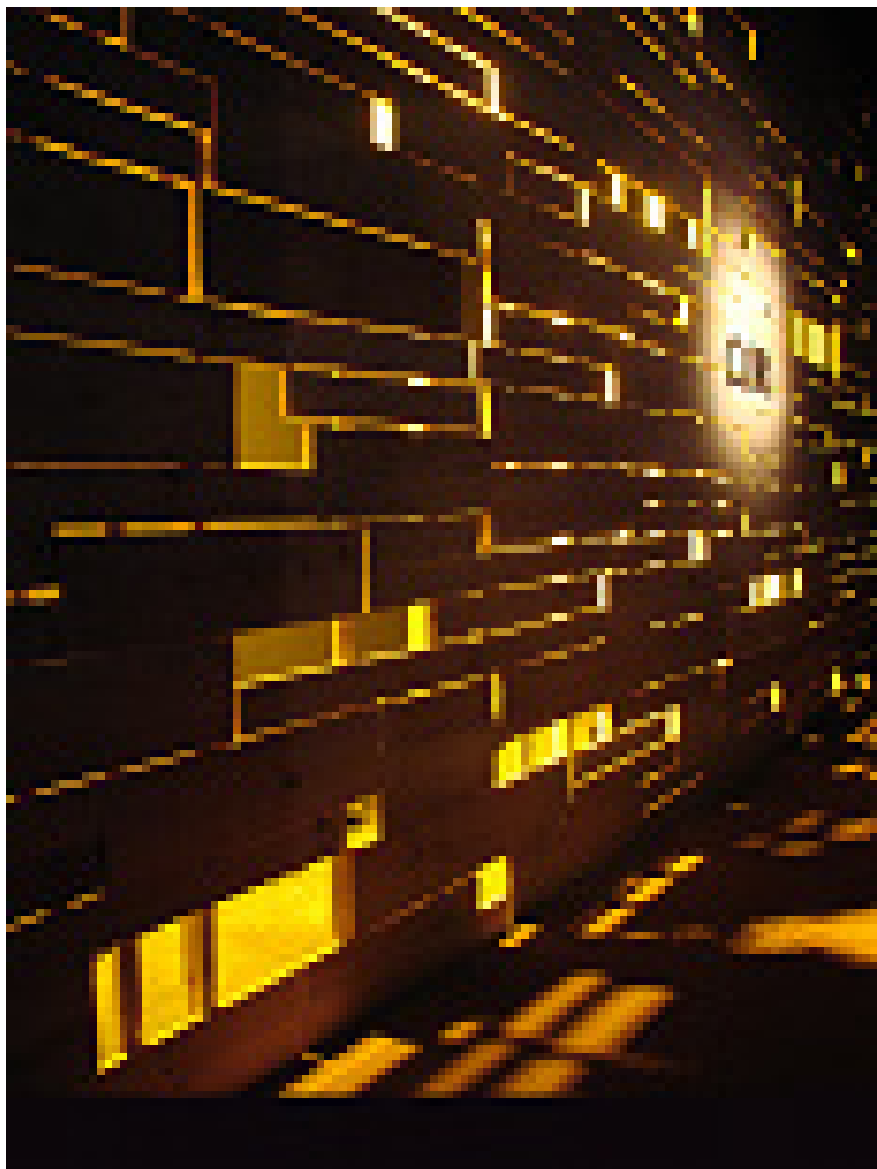


Figura 50 – Desfile Cori Verão/2008 – iluminação indireta

Fonte: cedida pela Marton + Marton

Pensamos em abrir apenas um parêntese para comentar muito brevemente sobre a iluminação em um desfile. Ela é sem dúvidas um fator importantíssimo para o sucesso do desfile e tem muita influência sob a

cenografia. Um trabalho de iluminação pode valorizar ou prejudicar a cenografia.

Existem profissionais especializados nesse trabalho. Marton lembrou que as salas de desfile da SPFW já disponibilizam uma equipe fixa que pode executar a iluminação dos desfiles e quando as marcas necessitam de uma iluminação mais elaborada contratam outras empresas especializadas nesse serviço. Lembrou também que na boca de cena, a iluminação geralmente é trabalhada para chamar a atenção dos espectadores, mas na passarela essa iluminação é trabalhada para ressaltar a beleza e disfarçar imperfeições. Tudo na passarela precisa valorizar a beleza dos *looks* e dos modelos.

No exemplo da Cori, o trabalho de iluminação contou com uma empresa contratada pela marca.

Porém, Marton lembrou que ao pensar a cenografia ele também já pensou na iluminação. Isso exigiu uma reunião com a empresa responsável pela iluminação para que esta desenvolvesse seu trabalho levando em conta o que ele idealizou.

A escolha da madeira *pinus* para a construção da superfície da parede da boca de cena se deu, segundo Marton, pela característica do material em transmitir a sensação de aconchego e bem estar.

Para a passarela, foi proposta uma área de terra batida, simbolizando a aridez do solo nordestino, e sobre esta, se destacou um caminho sinuoso e curvilíneo, feito de acrílico espelhado terracota, significando o caminho em busca da água.

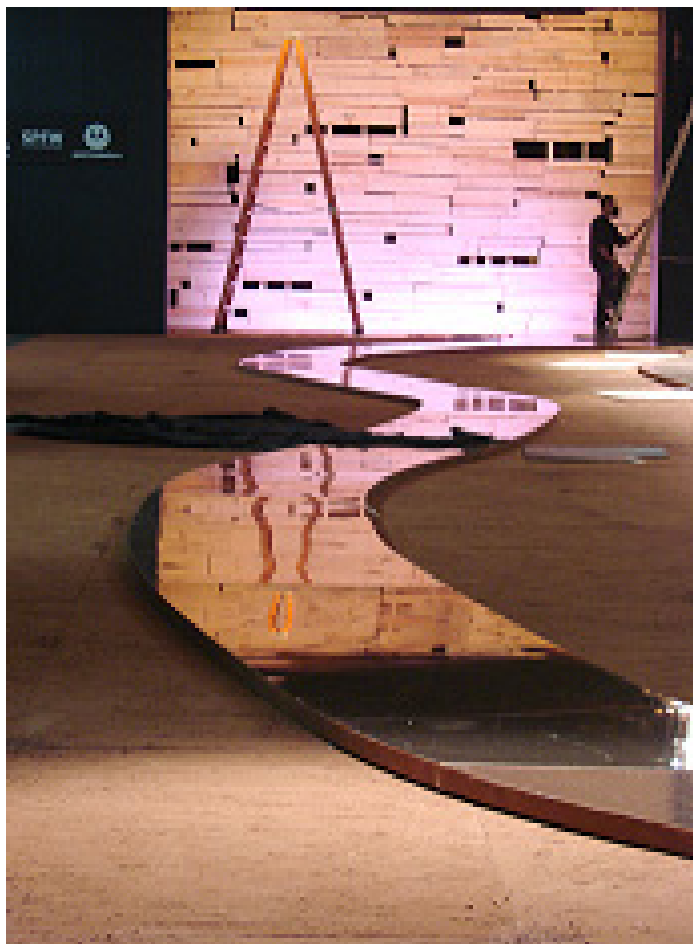


Figura 51 – Desfile Cori Verão/2008 - passarela

Fonte: cedida pela Marton + Marton

Percebemos nos outros desfiles da Cori que pudemos assistir, que o logotipo da marca aparece em todas as cenografias. Marton explicou que essa é uma exigência feita pelo dono da marca. No nosso exemplo, o logotipo recebeu destaque no centro da parede estruturada, medindo 0,80m na cor cobre, como pode ser visto da foto abaixo.



Figura 52 – Desfile Cori Verão/2008 – logotipo

Fonte: cedida pela Marton + Marton



Figura 53 – Desfile Cori Verão/2008 - logotipo

Fonte: cedida pela Marton + Marton

Segundo Marton, 90% (noventa por cento) dos seus projetos são apresentados aos clientes através de maquetes. Na sua opinião essa é a melhor maneira de visualizar as proporções, as formas e a relações entre todos os elementos que em conjunto formarão a cenografia do desfile. A escala utilizada habitualmente para a confecção da maquete é 1:50.

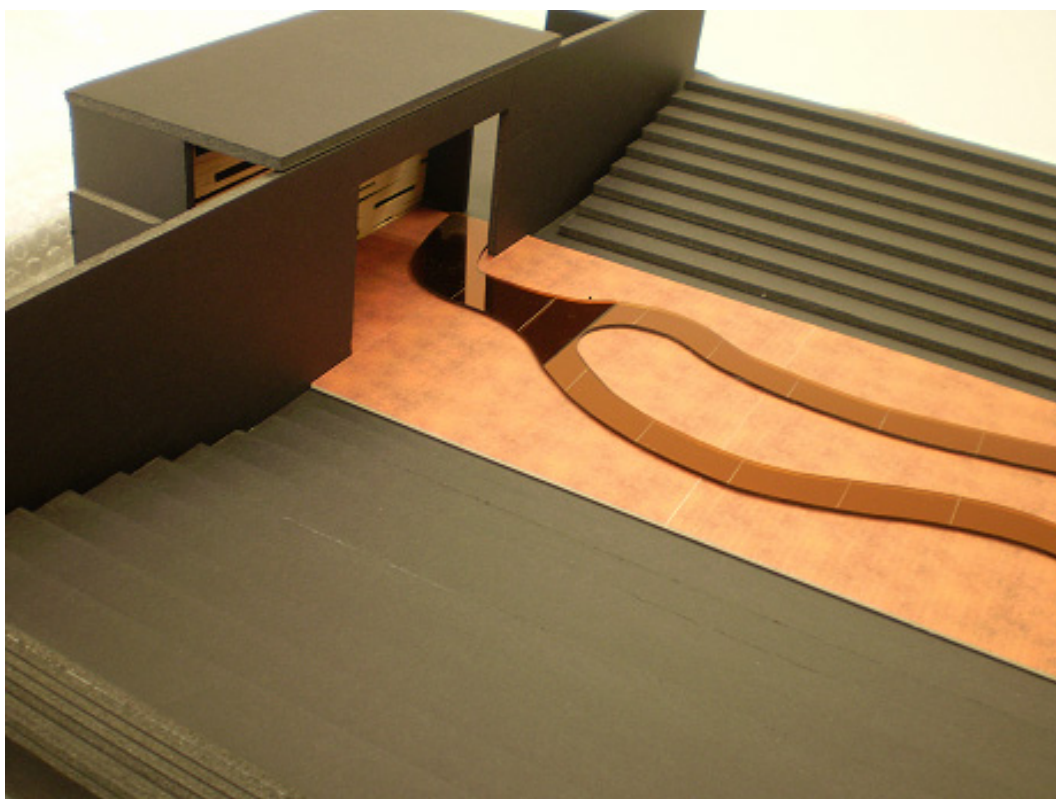


Figura 54 – Maquete para Desfile Cori Verão/2008

Fonte: cedida pela Marton + Marton

Ele prefere a maquete aos desenhos eletrônicos em 3D, porque na sua opinião, estes distorcem a imagem e podem oferecer uma percepção errada da realidade.

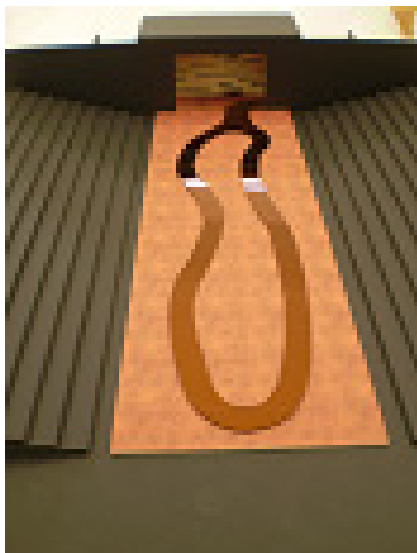


Figura 55 – Maquete para Desfile Cori Verão/2008

Fonte: cedida pela Marton + Marton

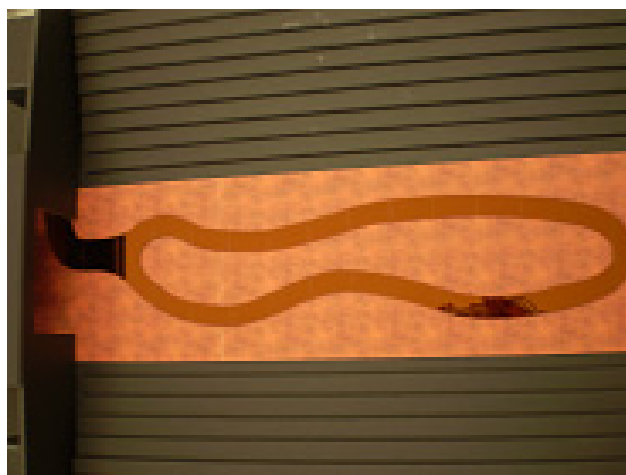


Figura 56 – Maquete para Desfile Cori Verão/2008

Fonte: cedida pela Marton + Marton

Não é próprio do Marton utilizar o desenho como forma de criar seus projetos, pois prefere expressar-se verbalmente ou manusear as formas de maneira tridimensional. Ele costuma fazer apenas esboços ou transmitir sua

idéia verbalmente aos profissionais da sua equipe, que começam com esses dados, o desenvolvimento do projeto para a cenografia idealizada por Marton.

Sua empresa conta com um chefe de equipe de arquitetura e um chefe de equipe de criação. Em algumas reuniões com os clientes, esses profissionais acompanham Marton.

Para ele, o projeto de cenografia se estabelece na sua mente. Ele diz que já “vê” as coisas prontas e sabe, que o que pensou é totalmente cabível de ser construído. Essa capacidade, ele mesmo atribui ao fato de ter tido contato desde criança com o chão de uma marcenaria.

O tempo gasto pela equipe do Marton para a elaboração do projeto da Cori e a apresentação ao cliente pode ser resumido assim: aproximadamente sete dias de estudo, um dia para a confecção do projeto executivo e um dia para a confecção da maquete.

Chamam de fato a atenção os curtos prazos para a execução de todo o trabalho que envolve um cenário para um desfile. E quando acrescentamos que a montagem desse cenário no lugar do desfile foi de apenas uma hora, concluímos que o trabalho de cenografia acompanha o ritmo alucinado dos desfiles da SPFW.

Podemos também apreender desse fato, que para facilitar e permitir o cumprimento do curto prazo de montagem, o cenário deve chegar quase pronto ao local do desfile. Para os cenários mais complexos é ideal um projeto detalhado sobre os encaixes das peças, a forma como estas serão fixadas.

Pelas informações que obtivemos, o tempo aproximado para montagem de um cenário nas salas da SPFW é de aproximadamente uma hora, uma hora e quarenta minutos, às vezes esse tempo é estendido para uma noite. Já a desmontagem pode ser feita em um tempo maior.

Podemos pensar, que os curto prazo que envolve esse trabalho de cenografia representa um dos fatos desafiantes para o seu pensar projetual e pode ser um fator que leve alguns profissionais a se esquivarem desse trabalho.

Marton, ao contrário, parece fazer desse fato, um desafio que estimula sua atividade criativa.

Ele indica como sendo próprio do pensar design, essa complexidade que envolve a ação criativa e a atividade projetual, a elaboração detalhada das peças, a escolha da tecnologia a ser aplicada, o aproveitamento do material para evitar desperdícios. Tudo isso tendo em conta os curtos prazos e a garantia da concepção adequada do cenário para atender as expectativas do cliente.

No exemplo da Cori, a idéia de utilizar terra na área da passarela, contava ainda com a proibição pela Bienal do Ibirapuera da entrada no prédio desse tipo de material.

Marton optou por usar de fato terra e não outro material que pudesse provocar o mesmo efeito. A solução encontrada foi executar placas de MDF, (*Médium Density Fiberboard*) que são painéis de fibra de madeira, medindo 1,00 X 1,50m com encaixes nas bordas que permitiam que cada placa fosse encaixada sem deixar o encaixe muito aparente. As placas foram revestidas de cola, resina e terra socada. Essa solução permitiu que a terra fosse socada anteriormente, as placas fossem facilmente transportadas e apenas encaixadas na sala de desfile.

Terra. O que Marton queria era a utilização da própria terra, pois para ele, esse material transmite a idéia de caminhada, de aconchego e bem estar.

A solução projetual, para a idéia de fazer o “caminho da água”, foi utilizar acrílico espelhado, cor terracota, que segundo Marton, transmite a sensação de liberdade de movimento, paz, ousadia e conforto visual.

Água. Diferente da solução utilizada para a terra, Marton optou por utilizar um material que substituísse a água. Mesmo porque esse caminho serviria de circulação para os modelos.

O acrílico foi o material escolhido. Seu brilho permite a reflexão das imagens que passam por ele, essa característica o assemelhou perfeitamente com a água.

Outro fator importante que merece ser mencionado, é que ao optar pelo caminho de acrílico, bem definido em meio a um plano maior de terra, Marton definiu a circulação do desfile e seu cliente aceitou sua idéia. Podemos perceber através desse exemplo, que o projeto de cenografia influencia na

dinâmica do desfile e muitas vezes fica ao critério do cenógrafo a construção da performance do desfile.

O desenho do caminho projetado possibilitou o aproveitamento máximo do acrílico. Segundo Marton, a medida ideal para a passagem de um modelo é 0,90m e de 1,40m quando o modelo vai e outro volta ao seu lado. O caminho de acrílico da Cori tinha 0,90m possibilitando o aproveitamento máximo do material, já que, evitar o desperdício é uma característica importante do projeto.

O caminho projetado para a Cori proporcionou, o que a nosso ver é a característica mais importante de uma passarela: a demonstração total dos *looks*. O desenho sinuoso da passarela expandiu o tempo de apresentação de cada modelo, visto que o comprimento do caminho sinuoso foi maior do que se fosse reto. Outro diferencial foi o movimento contínuo da apresentação dos modelos, sem o habitual *pit stop* para as fotos.

A escolha dos materiais adequados é para Marton outra responsabilidade importante do designer, além de ser, a seu ver, um dos principais sinais da qualidade na cenografia de moda. Para Marton, os materiais “falam” e são responsáveis pela transmissão de sensações diversas, que contribuem para a comunicação da mensagem da marca para um determinado desfile.

Diferente da cenografia de teatro, onde um material como isopor pode, com recursos de pintura, parecer uma pedra; na cenografia de moda, os materiais precisam ser bem definidos, pois transmitem de fato informações que influenciam no conjunto da apresentação da coleção.

Um exemplo disso foi elucidado por Marton, que disse que na sala do desfile da Cori, existia uma sensação térmica de calor pela utilização da terra de verdade no tablado do desfile.

Os materiais transmitem através das propriedades da sua superfície, determinadas características que associamos a diferentes sensações. Não vamos nos aprofundar nesse tema que valeria outro trabalho de investigação.

Outros elementos também são associados aos materiais e colaboram para a transmissão de sensações: a cor, a forma, a dimensão, a proporção, etc. Além do conhecimento das características sensoriais de cada material,

também é importante que o profissional saiba suas características físicas, como por exemplo, a possibilidade de disfarçar possíveis acidentes. Os materiais rústicos, como a terra utilizada no desfile da Cori, apresentam a propriedade de poder ser ajustados em caso de acidente; já o acrílico, também utilizado na cenografia da Cori, quando riscado, por exemplo, vai ter que ser substituído porque não é passível de concerto.

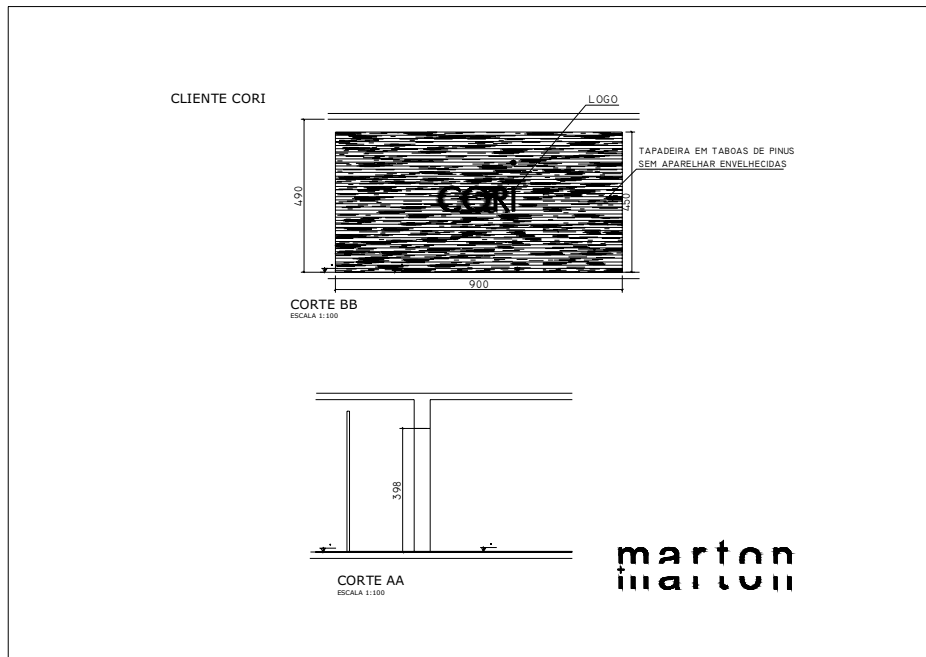
Através de uma análise, sobre a maneira como são realizados os trabalhos de cenografia pela Marton + Marton, pode-se observar que se trata de um trabalho multi-disciplinar.

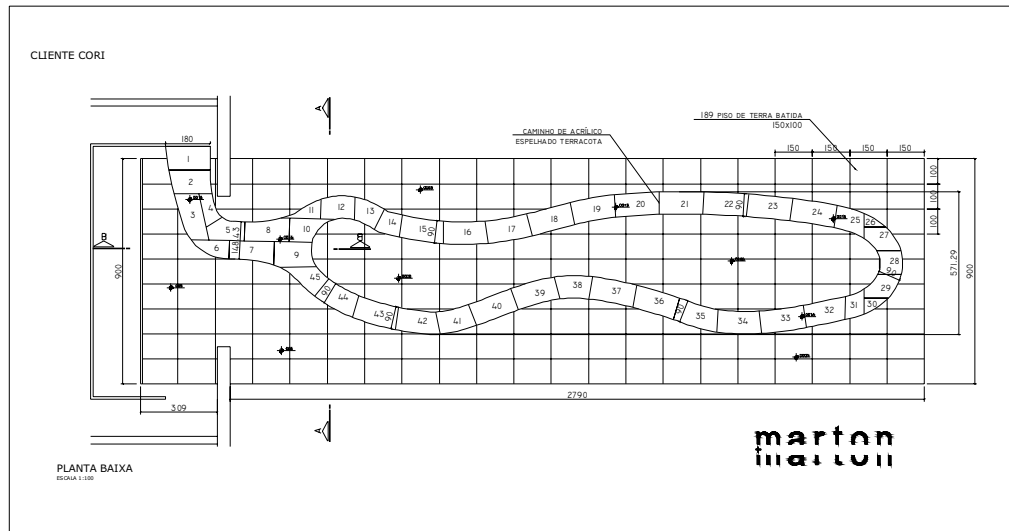
Designers, arquitetos, compradores, marceneiros, montadores, equipe de limpeza, etc.

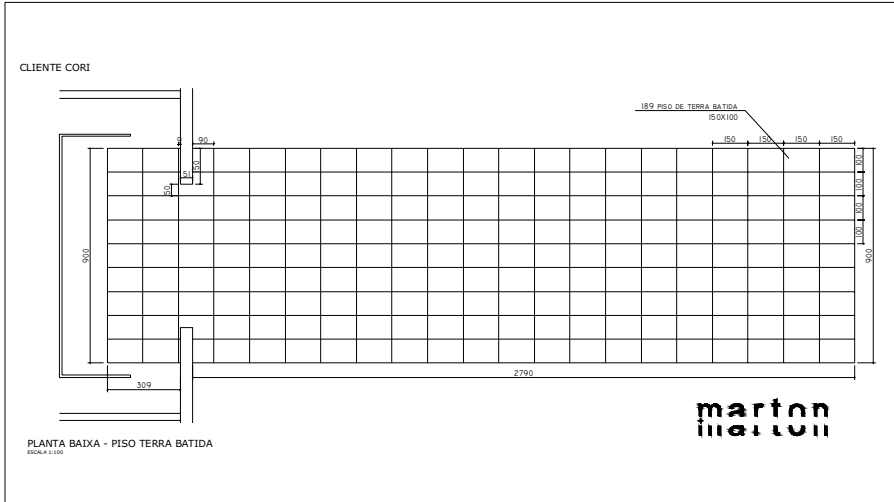
O trabalho de cenografia conta com um processo projetual com muita abertura para a criatividade, mas que também exige dos profissionais envolvidos, conhecimentos em especificação de materiais; escolha de fornecedores; cumprimento dos prazos; preocupação com o meio ambiente, investindo em projetos com qualidade ecológica. Segundo Marton, todo o material utilizado em um cenário pode ser reaproveitado. Sua empresa conta com um galpão fora da cidade de São Paulo onde as peças são elaboradas e os materiais são armazenados e preparados para sua reutilização.

Além da maquete, que como vimos anteriormente, é a forma escolhida pela empresa do Marton para a apresentação ao cliente; no que se refere ao projeto, utiliza as mesmas formas de representação utilizadas pela Arquitetura: projeto executivo com plantas baixas, cortes, detalhamentos quando necessário, escala, cotas medidas e cotas de nível e até mesmo a execução de um Memorial Descritivo, detalhando as medidas, os materiais a serem utilizados e suas especificações.

A seguir são reproduzidas três pranchas que fazem parte do Projeto Executivo do cenário da Cori, fornecidas pela empresa do Marton.







Também copiamos abaixo, o Memorial Descritivo da cenografia da Cori, fornecido pela empresa do Marton.

Memorial Descritivo

Cliente: Cori

Fone:

Execução: M+M

Projeto: Cenário fashion Week

Data montagem:

Criação do Marton: R\$ 7.000,00

Verba: não tem

Sala: 03 – as 19h00 min –

Verba : R\$ 40.000,00 aprox.

Opção 1

Passarela

Medidas: 28m x 9m x 15mm

Acabamento: Piso em terra batida aplicada sobre placa de mdf (Rossi)

Caminho sobre o piso de terra batida em placa de mdf com aplicação de terra batida nas laterais e superfície revestida com acrílico terracota espelhado ou ainda chapa e *alucobond* da cor *champagne*.

Ver medidas conforme projeto (largura do caminho 0,90m) e deve ocupar na passarela no Máximo em 4,50m.

Palco

Medidas: 9,0m x 3,0m x 15mm

Acabamento: Piso em terra batida aplicada sobre placa de mdf (Rossi)

Tapadeira de fundo

Medidas: 9,0m x 4,50m (h)

Acabamento: madeiras em pinus sem aparelhamento com vãos irregulares para passagem de luz.

Logo Cori cobre

Logo da cori na cor cobre ou em cobre medidas

80 cm de largura pela proporção

Na próxima página, segue imagem com fotos do desfile da Cori. Podemos observar que a cenografia, além de proporcionar duas das suas características mais importantes, que são ambientar e transmitir a mensagem desejada, também é importante para a composição da imagem das fotos que serão o maior veículo de difusão do desfile.



Figura 57 – Imagens do Desfile Cori Verão/2008

Fonte: <http://spfw.com.br>

Pensamos que neste momento, cabe fazermos a título de exemplo, um resumo sobre as etapas seguidas pelos profissionais que desenvolvem trabalhos de cenografia para os desfiles de moda.

A seguir, seguem as cinco etapas descritas por José Marton em uma entrevista a UOL, resumimos o texto maior que pode ser encontrado através do link:

<http://estilo.uol.com.br/moda/spfw/ultnot/2007/01/26/ult3902u260.jhtm>

1ª etapa: *Briefing* com o estilista que descreve o tema da coleção;

2ª etapa: Aprofundamento do *briefing* pelo *stylist*, que indica as sensações a serem transmitidas no desfile. Essa etapa ajuda na escolha dos materiais a serem escolhidos para a cenografia;

3ª etapa: Execução da maquete e apresentação ao cliente. Essa etapa ajuda nas definições das idéias para a configuração do desfile, como por exemplo: por onde será a entrada dos modelos, localização do *pit stop* para fotos, por onde será a entrada do público;

4ª etapa: Detalhamento do projeto, orçamento e logística de montagem;

5ª etapa: Montagem do cenário.

Finalizadas essas etapas, o local do desfile está pronto para os ensaios e a afinação da iluminação.

Tudo pronto.

O desfile já pode começar!

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho de pesquisa em torno do nosso objeto percorreu os conceitos sobre cenografia utilizada no teatro, e através de uma análise de exemplos já executados, pudemos traçar pensamentos sobre o uso da cenografia nos desfiles de moda.

Percebemos que em qualquer uso da cenografia pode-se pensar em uma necessidade de configurar o espaço, de compor a atmosfera própria para uma determinada ação; a existência de protagonistas que atuarão nesse espaço e a dependência de um texto ou uma mensagem a ser transmitida. A utilização da cenografia em qualquer campo vê-se composta por esses fatores.

Para a criação de uma cenografia para desfiles de moda, o espaço a ser configurado deve ter características que permitam a visualização dos produtos que ali são apresentados: a coleção.

A atmosfera que a cenografia deve criar em torno de um desfile é a atmosfera própria da entidade de cada marca.

O protagonista próprio que deve ser levado em conta pelo trabalho do cenógrafo é a apresentação da coleção que usualmente é feita por modelos.

O texto ou mensagem a ser transmitida é o tema da coleção que vai ser o ponto de partida para o processo criativo de todo o projeto de cenografia.

A qualidade de um projeto para um desfile depende, em grande parte, da configuração adequada da passarela e da boca de cena. Esses dois elementos merecem uma maior atenção por parte do profissional contratado para executar os trabalhos de cenografia, isto porque, são os dois elementos que contribuem para que os objetivos do desfile sejam alcançados. A demonstração da coleção para uma determinada estação do ano traz consigo o objetivo de movimentar os negócios e divulgar as marcas no mercado.

A dinâmica a ser seguida em todo o trabalho em torno de um desfile de moda se imbuí de características próprias dessa área: a rapidez do evento que

dura aproximadamente 20 minutos, a adaptação à linguagem da Moda, a transmissão de conceitos e sensações que colaboram na identidade de cada marca, a rapidez na montagem do cenário, a apropriação de elementos de outras áreas e principalmente a interação com profissionais diversos.

Pensamos que a cenografia é o elemento de configuração espacial responsável por construir visualmente o elo entre as marcas e os espectadores. Isto fez-nos perceber que duas das características mais importantes da cenografia para desfiles de moda são a ambientação do lugar do desfile e a transmissão do conceito elaborado para as coleções das marcas

Podemos concluir através do estudo realizado, que a cenografia é um elemento ativo dentro da dinâmica do desfile. Algumas marcas investem quantias altas na execução dos seus cenários, pois o retorno vale a pena.

A cenografia não pode se sobressair em relação ao produto da apresentação, que é a coleção, mas produz toda a atmosfera onde esse produto se insere de maneira a viabilizar um contato emocional com os espectadores.

Em um evento efêmero, o que prolonga a ação que não existe mais, é a memorização visual e sensorial transmitida aos espectadores e as imagens divulgadas pela mídia. A participação da cenografia nesse processo também tem grande importância.

Pensamos que nossos objetivos foram alcançados, pois a idéia era começar um processo de análise sobre nosso objeto e poder colaborar com outros trabalhos que se interessem em aprofundar nessa pesquisa que, sem dúvidas, pode ser muito enriquecedora.

ENTREVISTAS COM CENÓGRAFOS E ESTILISTAS

1. Karlla Giroto. Estilista, produz desfiles com estreita relação com as artes-plásticas, foi figurinista do grupo de teatro do diretor Antunes Filho.

1.1. Pergunta: Por que você acha que mesmo proporcionando um alto custo para as marcas, a cenografia vem sendo tão utilizada?

Resposta: Eu entendo um desfile ou qualquer material visual como um texto elaborado, algo a ser mostrado, contado. Então, tudo tem um certo sentido e conotação e funciona para caracterizar, pontuar ou mesmo criar uma abordagem misteriosa, um texto não linear. Neste sentido, a cenografia é absolutamente importante para criar o pano de fundo, dar direções de interpretação.

1.2. Pergunta: Na sua opinião, qual é o papel da cenografia em um desfile?

Resposta: Idem anterior e por isto, está sendo pensada e usada, acho que as pessoas percebem que faz parte do contexto como um todo.

1.3. Pergunta: Geralmente a idéia para a cenografia de um desfile é do designer de moda, estilista ou do cenógrafo? Você poderia relatar como é o relacionamento e o processo de desenvolvimento do trabalho entre esses profissionais?

Resposta: Existem vários tipos de pensamento para um desfile. Um estilista autor pensa desde a roupa até música, cenário, convite, participa de todo o processo. Já numa grife grande, departamentalizada e hierarquizada, os processos passam pela direção criativa, marketing, dono da empresa, *stylist*. Todos participam um pouco em cada instância. Neste caso, acredito que a direção criativa discuta com o cenógrafo.

1.4. Pergunta: O que você acha mais importante na cenografia de um desfile?

Resposta: Cenografia é a especialização de uma idéia, de um contexto. Cada trabalho pede um jeito diverso de se trabalhar a cenografia. Alguns pedem que ela seja imperceptível, outros que ela seja protagonista. Importante é respeitar a direção geral do trabalho, saber criar unidade entre as partes e saber a hora de parar de criar, para não virar uma parafernália sem sentido.

2. Gringo Córdia. Artista plástico, cenógrafo, designer, diretor de arte, criador da escola *Spectaculu* que capacita alunos de comunidades carentes do Rio de Janeiro.

2.1. Pergunta: Por que você acha que mesmo proporcionando um alto custo para as marcas, a cenografia vem sendo tão utilizada?

Resposta: O desfile de moda chegou a uma exaustão visual que precisa cada vez mais de ambiente. O cenário, na moda, traz este ambiente e um conceito geral para a coleção da marca que está sendo lançada. É uma aposta muito grande no marketing. Um desfile custa muito caro, pois a passarela é grande, o tempo para montar exíguo, mas mesmo assim diferencia as marcas umas das outras.

2.2. Pergunta: Na sua opinião, qual é o papel da cenografia em um desfile?

Resposta: Como dito na pergunta anterior, a cenografia faz o ambiente. Uma instalação onde a roupa está inserida fisicamente e conceitualmente. Para mim pessoalmente, penso na passarela inteira como o palco da cenografia. Antigamente as pessoas pensavam na cenografia no fundo da passarela, agora ela vai até a ponta da passarela no *pit stop* para fotos. Além disso, a cenografia pode mudar tudo, como por exemplo, o espaço onde as pessoas estão e onde ficam os modelos.

2.3. Pergunta: Geralmente a idéia para a cenografia de um desfile é do designer de moda, estilista ou do cenógrafo? Você poderia relatar como é o relacionamento e o processo de desenvolvimento do trabalho entre esses profissionais?

Resposta: Varia muito. Muitas vezes o cenógrafo intervém com a idéia por inteiro, outras vezes faz parte de um grupo de criação. O importante é ter um *brain-storm* bem forte com o estilista, com o pessoal da criação que faz parte da equipe do estilista. As idéias podem sair de uma estampa, de referências que foram usadas pela roupa, de uma música e por aí vai. Em moda o importante é ser muito diferente dos últimos, pois a exigência visual das pessoas é muito grande.

2.4. Pergunta: O que você acha mais importante na cenografia de um desfile?

Resposta: para mim, o importante é que essa cenografia surpreenda pela originalidade. Não importa se ela é simples ou complicada, mas que ela faça o público se sentir em um outro lugar. É quase como um *flash* de ambiente.

Como falei na cenografia de moda e desfiles, o importante é que todo o *catwalk* (passarela) esteja dentro do ambiente.

Como dirijo a maioria dos desfiles que faço, tenho um gosto pessoal pelo espetáculo. Assim meus desfiles são sempre grandes e com intervenções que vão além dos materiais, sempre com algum elemento surpresa.

3. José Marton. Artista plástico, designer, responsável pela Marton + Marton.

3.1. Pergunta: Por que você acha que mesmo proporcionando um alto custo para as marcas, a cenografia vem sendo tão utilizada?

Resposta: Diferente de outros países onde uma simples tenda requer um grande investimento, aqui no Brasil, as marcas podem encarar uma cenografia.

A cenografia faz muita diferença, as pessoas esperam, os jornalistas comentam. Muitos comentários sobre o desfile começam citando a cenografia. Aqui no Brasil o público do desfile é muito variado.

3.2. Pergunta: Na sua opinião, qual é o papel da cenografia em um desfile?

Resposta: Para mim a cenografia é o clima. Ela cria a atmosfera sensorial do desfile, minha cenografia tem muito de arquitetura porque eu vou até o local do desfile, analiso a posição dos espectadores, que tipo de visão eles terão e dessa visita, muitas vezes já saio com o partido do projeto, como, por exemplo, utilizar passarela elevada, etc.

3.3. Pergunta: Geralmente a idéia para a cenografia de um desfile é do designer de moda, estilista ou do cenógrafo? Você poderia relatar como é o relacionamento e o processo de desenvolvimento do trabalho entre esses profissionais?

Resposta: Sou amigo de muitos estilistas. São realizadas reuniões, às vezes eu acabo dando idéias porque o trabalho cresce quando todos participam. A inspiração é um processo. Inspiro-me principalmente em obras de arte, gosto e sou colecionador de obras de arte. Às vezes o estilista já tem uma idéia para o desfile e, nesse caso, aplico as técnicas de cenografia sobre essa idéia.

3.4. Pergunta: O que você acha mais importante na cenografia de um desfile?

Resposta: **A escolha dos materiais utilizados. Um material pode contribuir com bons efeitos. Acho que a iluminação também é muito importante**

Biografia de José Marton

Arte. Esse é o Universo que serve de ponto de partida e chegada para o trabalho de José Marton. Sua empresa a Marton+Marton, criada 1995, é voltada para a criação, desenvolvimento e execução de produtos das diversas áreas da arte. De telas, molduras e chassis de quadros até cenografia, projetos especiais e mobiliário residencial e comercial. Seus clientes estão nas áreas de moda, design, arquitetura e, claro, artes!

Antes mesmo do nascimento da empresa, José Marton se dedicava ao mundo das artes plásticas, enquanto cursava a faculdade Santa Marcelina. Dedicou-se então à execução de molduras e projetos de arte e até mesmo a executar a própria obra para alguns artistas graças a seu conhecimento e à sua facilidade em lidar com os mais diversos materiais.

No segmento de arte, onde tudo começou, a Marton+Marton tem atuação representativa e reconhecida. A empresa presta serviço de consultoria para artistas - cria e desenvolve suporte para suas obras. Este background é cedido também aos galeristas que podem oferecer ao colecionador uma obra com garantia de qualidade. Marton+Marton também cria cenários e faz montagens de exposições, como fez na grande Mostra do Redescobrimento e na Fundação Bienal de São Paulo. Entre seus clientes galeristas e artistas como Rosângela Rennó e Iran do Espírito Santo.

Ao transitar pelos diversos segmentos em que atua, a Marton+Marton desenvolveu uma série conceitual de design de objetos. A série Entrelinhas foi a primeira e já garantiu sucesso. Foi ela a responsável pelo convite a participar da Maison Objet, em Paris – a principal feira de decoração e design da França e pelo prêmio alemão IF Awards 2007. Luminárias e mobiliário em acrílico listrado foram fabricados a partir de padronagens exclusivas que remetem à estamperia e possuem tiragens limitadas e assinadas. Estas e outras criações podem ser vistas no showroom da Marton+Marton em São Paulo.

É este olhar crítico e específico com obras de arte que o ajuda na criação de cenários elaborados para eventos de grande porte. Entre outros trabalhos para o mercado fashion, a Marton+Marton cria e executa passarelas, lounges e espaços dos patrocinadores das principais semanas de moda e festas de lançamento de produtos para consumidores diferenciados. Tornou-se de uns anos para cá recordista de passarelas e lounges. Em algumas edições criam para mais de 10 grifes como Alexandre Herchcovitch, Cori, Neon, Andre Lima, Forum, Triton, Zoomp e Rocha Chá. Para esta última já exportou cenário até para a Semana de Moda de NY. De tanto criar para os desfiles os irmãos Marton passaram a ser requisitados para assinar a arquitetura das lojas de grandes marcas como Cori, Luigi Bertolli, Empório Naka, Lilica e Tigor, VR.

ANCHIETA, José (Costa). **Áuleum - A quarta parede**. São Paulo: A Books, 2002.

AUMONT, Jacques. **A imagem**. Tradução: Estela dos Santos Abreu e Cláudio C. Santoro. Campinas: Papyrus, 1993.

BARTHES, Roland. **Sistema da Moda**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo – USP, 1979.

BONSIEPE, Gui. **Design do material ao digital**. Florianópolis, FIESC/IEL, 1997.

BURDEK, Bernhard E.. **História, teoria e prática do design de produtos**. Tradução Freddy Van Camp. São Paulo: Editora Edgar Bluncher, 2006.

CARDOSO, João Batista Freitas. A cenografia virtual na televisão brasileira. Centro de investigação em mídias digitais - CIMID, PUC-SP, 2003. Disponível em: <<http://www.pucsp.br/~cimid/2com/05cardoso.htm>> . Acesso em 05 abril2008.

CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Edgar Blücher, 2004.

CAUDURO, Flávio Vinicius. Traços de pós-modernidade: hibridações visuais. **Em questão**. V.13, n.2, 2007. Disponível em: <<http://www.seer.ufrgs.br/index.php/emquestao/article/view/2218/2037>>. Acesso em 03abril2008.

COELHO, Luiz Antonio L. **Conceitos-chave em design**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio. Novas idéias, 2008.

COHEN, Renato. **Performance como linguagem – criação de um tempo-espaço de experimentação**. São Paulo: Perspectiva. 1989

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DIAS, José S. A importância da cenografia. **Percevejo on line**. Rio de Janeiro, v.7, n.7, p.23-31, 2000. Disponível em: <www.unirio.br/opercevejoonline/indice.htm>. Acesso em 28maio2008.

EVANS, Caroline. O espetáculo Encantado. **Fashion Theory**. Editora Anhembi Morumbi. N.2, p.31-70. jun2002.

FARIAS, Agnaldo. Design é arte? Reflexões sobre o estreito caminho que separa ou une essas duas linguagens. **Boletim ADG**. São Paulo, n.18, p. 25-29, 1999.

FERRARA, Lucrecia D'Alessio (org). Espacialidades do espaço. In:_____. **Espaços Comunicantes**. São Paulo: Annablume Editora, 2007, p. 10-37.

GARCIA, C; MIRANDA, A.P.C. **Moda é comunicação – experiências, memórias, vínculos**. São Paulo: Ed. Anhembi Morumbi, 2007.

GRUSZYNSKI, Ana Claudia. **Do invisível ao ilegível**. Rio de Janeiro. Editora 2AB Série Design: 2000.

KAMITSIS, LYDIA. Une histoire impressionniste du défilé depuis lês années 1960. **Showtime – Lê défilé de Mode – Musée Galliera**. Paris: Ed. Paris Musees, 2006, p. 166-176.

KRONKA, Eleni. **A cobertura de Moda nos jornais diários: do comentário ameno ao status de notícia (uma análise comparativa dos jornais O Estado de São Paulo e Folha de São Paulo)**. 2006. 149f. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Escola de Comunicação e Artes – ECA, Universidade de São Paulo, São Paulo. 2006.

LEITE, João de Souza. **A herança do Olhar – o design de Aloísio Magalhães**. Rio de Janeiro: SENAC Rio, 2003, p. 33-35.

LEMONS, Carlos A C. **O que é Arquitetura**. São Paulo: editora Brasiliense, 1991, p.41.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**. São Paulo: Companhia das letras, 1994.

MANTOVANI, Anna. **Cenografia**. São Paulo: Ática, 1989.

MONIQUE, Vandresen. Iluminação nas passarelas. **Moda Palavra**. V.1, p. 72-75, 2002.

MOURA, Mônica. A Moda: entre a Arte e o Design. Edição ampliada do Artigo Arte & Moda. **Jornal Universidade Aberta**, p. 4-5, 1995.

NEVES, Lucila et al. **10 anos São Paulo Fashion Week: um marco na moda**. 2005. 122f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo. 2005.

PAPANÉK, Victor. **Arquitetura e Design – ecologia e ética**. Lisboa: Edições 70, 1995.

PORTINARI, Maribel. **História da dança**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1989.

POZHARSKAYA, Militsa and VOLODINA, Tatiana. **The art of the ballets russes – The russian Seasons in Paris 1908-1929**. Aurum Press Ltd, 1990.

RATTO, Gianni. **Antitratado de cenografia – variações sobre o mesmo tema**. São Paulo: SENAC, 2001.

REYES, José A. Aravena; MOLINA, Maurício L. Aguiar; JUNIOR, Waldyr Azevedo; DETONI, Adlai Ralph. Filosofia de Projeto – fundamentos e Críticas num campo emergente de pesquisa. **Estudos em Design**. Rio de Janeiro. V.11, p.85-109, 2004.

ROSENFELD, Anatol. **Prismas do teatro**. São Paulo: Perspectiva: editora da Universidade de São Paulo; Campinas: editora da Universidade de Campinas. 1993

SALLES, Cecília de Almeida. Apresentação. **O gesto inacabado**. São Paulo: Annablume, 1998, p. 13-32.

SESC- SP. **Catálogo Fantasia Brasileira – O Balé do IV Centenário**. Ed. SESC São Paulo

SISSON, Rachel. **Cenografia e vida em Fogo Morto**. São Paulo: Arte Nova, 1997.

VIANA, F.R.P. **Breve Manual de Conservação de Trajes Teatrais**. São Paulo: Azevedo, Elizabeth e Viana, V. 1. 100f. 2006

ZIDANES, Anna. **Cenografia: do espaço cênico ao espaço expositivo**. 2006. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Desenho Industrial) – Universidade Federal de Pernambuco. Recife. 2006

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)