

DESFILE DE MODA NOS ESPAÇOS DA CIDADE: ABORDAGEM SEMIÓTICA DOS REGIMES DE VISIBILIDADE, DE IDENTIDADE, DE INTERAÇÃO E DE SENTIDO¹

SOUZA, Josenilde. Mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP.
Coordenadora e professora da Pós-Graduação em Comunicação e Cultura de
Moda do Centro Universitário Belas Artes- SP. Email: zizizaza@gmail.com

Resumo

Este trabalho analisa em que medida a escolha de um dado espaço da cidade para a realização dos desfiles de moda é determinante para instaurar uma nova configuração plástica e semântica. Na mudança do desfile de espaço convencional, constituído por uma sala fechada, para um espaço aberto e não convencional – por exemplo, um viaduto, uma rua ou um jardim –, investigamos os modos de organização dos desfiles em distintos espaços, e de que maneira estes modificam a sua estruturação, ao mesmo tempo em que redefinem a cidade.

Palavras-chave: desfile de moda; sociossemiótica; regime de espaço; regime de visibilidade; regime de interação e de sentido.

Abstract

This work analyzes to what extent the choice of a certain city space for the performance of fashion shows is decisive to establish a new plastic and semantic configuration. In the transition of the conventional space – formed by an indoor room to an outdoor and unconventional space – for example, a viaduct, a street or a garden – we investigate the fashion show's ways of organizations in different spaces and in what ways they modify their structuring – and at the same time they redefine the city.

Keywords: fashion show, sociosemiotics, space regime, visibility regime, interaction and sense regime.

Por uma visibilidade dos desfiles de moda

Ao longo de sua trajetória, que acaba de ultrapassar um século, o desfile de moda deixou de ser mero prolongamento das vitrinas, nas quais as lojas de roupas mostravam seus produtos em eventos complexos, e se tornou um diálogo com as artes cênicas, a performance, o marketing e a publicidade de marca. Atualmente, o desfile ocorre em diferentes espaços e caracteriza-se

¹ Este artigo é um recorte da dissertação de mestrado: DESFILE DE MODA NOS ESPAÇOS DA CIDADE: ABORDAGEM SEMIÓTICA DOS REGIMES DE VISIBILIDADE, DE IDENTIDADE, DE INTERAÇÃO E DE SENTIDO, defendida pela autora em 2011, para a obtenção do título de mestre em Comunicação e Semiótica/PUC-SP sob a orientação da professora Dra. Ana Claudia de Oliveira Mei.

pela busca de diversas formas e maneiras de se expressar, com o intuito de obter visibilidade para os seus produtos.

Os primeiros desfiles de alta costura do país aconteceram em 1944, no Rio de Janeiro, com a inauguração da Casa Canadá. O objetivo era mostrar as novas coleções para a imprensa por meio de “manequins vivos”. Contudo, em São Paulo, em meados da década de 1920, a *Mappin Stores* da Praça do Patriarca já realizava desfiles de moda com “modelos vivos” para apresentar as roupas femininas das coleções semestrais. Se esses eventos dos primeiros tempos funcionavam apenas como mostruários animados de roupas à venda, com o passar dos anos, transformaram-se também em vitrinas para o trabalho dos estilistas.

A trajetória dos desfiles confunde-se com as mudanças observadas no próprio conceito de *fashion designer*, segundo o qual a figura do costureiro passou de artesão a artista e adquiriu o status de autor ou estilista a partir dos anos 1980. Nesse processo, aquilo que nasceu como simples recurso de venda foi se diversificando e adquirindo cada vez mais complexidade, a ponto de pressionar os limites de sua concepção como exibição de produtos, ao enlaçar-se a determinadas manifestações artísticas e formas de espetáculos que são atraentes por si mesmas e relativamente descoladas dos produtos que lhes deram origem.

No Brasil, em termos de inovação e distanciamento das formas corriqueiras e habituais de desfile de moda, podemos citar os trabalhos dos estilistas Ronaldo Fraga, Jum Nakao e Karlla Giroto, além das marcas Cavallera e Ellus, que têm recorrido a mecanismos igualmente inusitados e surpreendentes. A partir da década de 1960, a criação de moda que residia na alta costura, passa gradativamente à confecção, e a isso se seguiu a necessidade de ocupar agressivamente a mídia, por força mesmo da ferocidade da competição entre as marcas. Nesse sentido, os desfiles (fashion shows) tornaram-se cada vez mais espetaculares e midiáticos para garantir a sobrevivência dos pólos de arte e indústria, que se manterão em permanente colaboração (GRUMBACH, 2010).

De fato, mesmo mantendo o desfile em seus componentes básicos – modelo, roupa, passarela e público –, os seus modos de inserção no espaço têm criado novas e inesperadas possibilidades, como mostraremos neste

trabalho. Para compreendermos melhor essa nova realidade da indústria da moda, os paradoxos das aproximações entre o espaço público e o espaço privado, que têm sido explorados nos contextos dos desfiles de moda, optamos por estudá-los pelo viés da teoria e metodologia semiótica de linha francesa. Os desfiles que fazem parte do nosso corpus foram selecionados em função dos locais escolhidos pelos estilistas e marcas para apresentar seus produtos ao público.

Essa teoria nos permitirá tanto o estudo dos enunciados dos desfiles como o de seus procedimentos enunciativos. Assim, nosso objeto de pesquisa é capaz de ser abordado semioticamente à altura de suas explorações e ocorrências diferenciadas, marcadas pela busca de distinção da concorrência. Como veremos, muito de um desfile torna-se um tipo de ocorrência cujo sentido é proposto ao público da moda para ser uma vivência em ato, ou seja, um sentido que é processado na e pela duração do desfile.

Com o propósito de estudar tanto o desfile convencional como os que têm uma nova organização, este trabalho pretende descrever e interpretar os modos de presença dos desfiles de moda, em especial, considerando a participação do público no mundo criado pelo desfile, que projeta distintas formas de participação. Como essas formas estão plasmadas nas escolhas discursivas do enunciador? Quais são as astúcias em colocar o público em contato físico com a moda? O que esses modos de interação acrescentam no sentido de tipos de construção da significação aos desfiles de moda? Como elaborar uma tipologia que dê conta da extrema diversidade de formas e linguagens atualmente observada no universo dos desfiles? Na medida em que os desfiles convencionais continuam a existir na prática mercadológica da moda, como garantir que essa tipologia possa os incluir ao lado dos não convencionais, numa categorização capaz de abranger a totalidade dos desfiles?

Para efetuar tal análise, esta pesquisa percorre um caminho que se inicia numa breve história da origem dos desfiles de moda no mundo e no Brasil. A seguir, mergulha-se na abordagem semiótica da estruturação dos desfiles, tratando os elementos constitutivos e suas articulações sincréticas para plasmar o plano do conteúdo. Utilizamos como pressupostos teóricos a semiótica discursiva sob o olhar analítico de Algirdas Julien Greimas e seus

colaboradores, como Jean-Marie Floch e Eric Landowski, que substanciam a nossa abordagem do sincretismo dos desfiles de toda ambiência visiva do espaço comunicante, que é articulado como um todo de sentido.

Em semiótica, texto e prática podem ser analisados por seus modos de presença, que impõem um estudo dos modos de enunciação do enunciado, o que nos levou a recortar as contribuições das estratégias de enunciação global de Floch. A correlação entre esses modos de enunciar e os modos de presença é apoiada em Landowski, no tocante à formação de um sistema em que os regimes de sentido se articulam pelos regimes de interação, e em Ana Claudia de Oliveira, na interpretação das “interações discursivas”.

Nossa busca na semiótica greimasiana tem como objetivo esse encontro do melhor levantamento dos aspectos pertinentes ao nosso objeto de estudo, pois é visualizando tais aspectos que se nos mostram os percursos de como estudá-los. Ou seja, seria necessário identificar, num universo imenso de opções, quais os desfiles a serem aqui analisados. De acordo com o que dizem Kathia Castilho e Marcelo M. Martins:

a concretização ou figurativização desse destinador manipulador que apontamos como “desfile” pode ser realizada a partir de um estilistacriador ou de uma empresa em particular: nos exemplos apresentados, citamos Mario Queiroz, Ronaldo Loureiro, Fórum e *Cavaler*a. Esses sujeitos, com suas respectivas construções que tratam de tendências, são, por fim a concretização do destinador manipulador da moda de passarela. (CASTILHO e MARTINS, 2005, p. 68)

Tendo essa conceituação como parâmetro, iniciou-se um processo de seleção que levou em conta determinados critérios preliminares, tais como o fato do desfile ter sido presenciado pela pesquisadora e a necessidade de encontrar marcas e “estilistas criadores” que tivessem escolhido lugares bem diversos entre si para apresentar suas coleções. Foram selecionados, então, os seguintes desfiles: Maria Garcia (SPFW, inverno/2010), Cavaler

a (SPFW, verão/2010), Karlla Giroto (Fashion Rio, verão/2005) e Fashion Mob (Casa dos Criadores/2010), a partir do critério de uso do espaço de ocorrência do desfile.

Os ambientes e as ambientações vão especificar a sua organização como definidores dos tipos de desfiles. Cada um desses eventos acontece num determinado lugar da cidade, ocupado de uma forma própria: num pavilhão do parque Ibirapuera, durante o São Paulo Fashion Week; ao ar livre, no jardim do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro; no elevado Costa e Silva, em São

Paulo; e nas ruas do centro paulista. Nesse sentido, são representativos dos quatro modos possíveis de articulação dos desfiles com o território urbano. Com esse exercício, objetivamos propor uma tipologia de usos do espaço que podem orientar diversos outros estudos sobre o assunto.

Os tipos de desfile de moda

Qual a plasticidade do desfile de moda? Quais as qualidades sensíveis produzidas na sua forma de visibilidade na cidade? O espaço do desfile começa a partir do sujeito (espectador), que é estabelecido como grau zero da espacialidade. O público é englobado no desfile e pode se tornar participante de distintos modos, seja como passante, como morador, como convidado a participar do evento ou com funções específicas estipuladas para a ocasião.

Na sua constituição, os desfiles são sistemas sincréticos que, em sua articulação de várias linguagens no plano da expressão para a concretização do plano de conteúdo, podem gerar desdobramentos comunicativos capazes de modificar a visualidade e as paisagens urbanas, provocando nos enunciatários estímulos sensíveis propostos pela mediação do lugar e do entorno em que acontecem, que deixam de ser só um palco das cenas e se tornam constituintes do arranjo sincrético. Dessa maneira, são várias linguagens que sustentam o plano de expressão para criar o plano de conteúdo como uma totalidade de sentido.

Verificamos nos desfiles a existência de linguagens visuais, sonoras, verbais, plásticas, cinéticas, gestuais, além de espaciais, que envolvem a arquitetura e ambientação do local no contexto urbano. O cenário que se posiciona no seio da cidade produz, com suas condições de luz, um jogo de iluminação natural e artificial, condições térmicas, sonoras e olfativas. Esse arranjo do destinador voltado para a criação da imagem de moda em uma passarela diversa vai bem além de uma mera exposição de looks e torna-se uma estratégia de diferenciação da marca.

O desfile de moda é tomado neste estudo enquanto um texto de alta complexidade em que um enunciador pode ser configurado por sua seleção e arranjo da plástica expressiva e do conteúdo com temáticas e figuratividades articuladas segundo suas preferências estéticas. Este todo de sentido produz efeitos estésicos e estéticos no seu público, que é o enunciatário instalado no

desfile. Os desfiles devem carregar em seus discursos o efeito de sentido do novo a partir da apresentação da sua coleção na passarela. Um novo texto surge quando a coleção sai do ateliê do estilista – instaurando o espaço enunciativo para permitir ao público o acesso à significação. A nós, analistas, cabe desvendar os procedimentos sincréticos, temáticos e os de figuratividade para exame da discursividade que o estilista põe em cena com o propósito intencional de manipular o destinatário.

O recorte que forma o *corpus* desta pesquisa seleciona os desfiles de moda do SPFW edição primavera/verão 2009-2010, a saber: *Maria Garcia* (2010), *Cavaleria* (2010), *Fashion Mob* (2010) e *Karlla Giroto* (2005). Enquanto os três primeiros seguem o critério temporal “ano 2010” e a realização em espaços diversos de São Paulo, o desfile de *Karlla Giroto* foge dessa normatização. Realizado no Rio de Janeiro cinco anos antes, esse desfile é incorporado na análise como antidesfile, e nos permitira refletir sobre sua ordenação na lógica dos demais desfiles. Com a escolha do *corpus*, iremos pensar uma rede de realizações de tipos de desfiles. Primeiro partindo dos dois deles, que se opõem na sua organização e para superar essas concepções extremas, e dois que mantêm com esses opostos uma relação de contrariedade.

Essa tipologia é uma construção semiótica que diagrama os tipos possíveis a partir do universo dos desfiles realizados no país. Seu propósito, portanto, é servir de reflexão para outros estudos de campo que pensarão os desfiles, além de oferecer subsídios para os que buscam maior compreensão de sua estruturação como todo de sentido, seja pelos organizadores de desfiles, pela identidade das marcas ou, ainda, pelos que interpretam o papel dos desfiles de moda na cultura da contemporaneidade.

Destacaremos as estratégias de encantamento usadas para alcançar um enriquecimento estético e os modos de apresentar o desfile para produzir a coleção, dois mecanismos organizadores do fazer-fazer e fazer-sentir o enunciatário. Ocorre, assim, uma maior interação entre o público, o mercado, os formadores de opinião e o estilista, além de uma ampliação de visibilidade na mídia.

Considerações finais

As análises desenvolvidas neste trabalho levaram à descrição e à construção de quatro diferentes modos pelos quais os desfiles de moda podem se realizar, pensados pelo universo de sua dinâmica de relações. Do eixo da oposição de base espaço fechado/privado vs. espaço aberto/público por relações de contrariedade, o eixo da oposição subcontrária espaço fechado/público vs. espaço aberto/privado, que implica nos polos de oposição de base.

Esse diagrama das oposições sintáticas, com os seus investimentos semânticos, mostra os percursos da dinâmica relacional entre os polos, o que nos possibilitou encontrar, nos desfiles brasileiros, exemplos que ocupam essas posições lógicas.

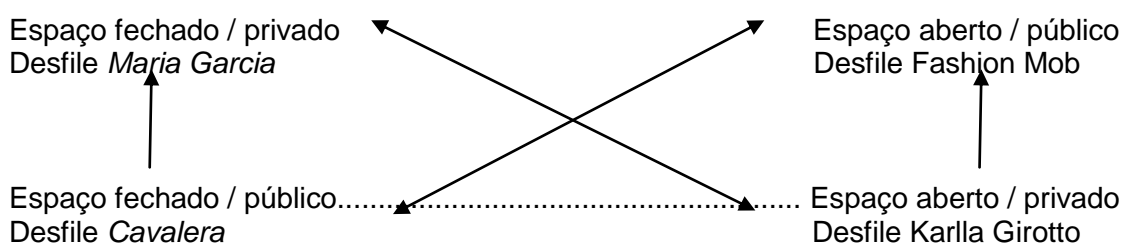


Figura 01 – A quadratura axiológica

Como um trânsito relacional entre essas polaridades, outros desfiles poderiam ser posicionados, mas a nossa proposta não é cobrir a totalidade dos modos de manifestação dos desfiles. Conforme o nosso objetivo central, guiamo-nos por identificar as caracterizações modelares que identificam uma tipologia para se estudar os desfiles. A partir do jogo de percursos entre as posições contrárias, contraditórias e implicativas, outros desfiles poderão ser situados no diagrama e trabalhados em suas estruturações significantes para a compreensão da significação que produzem.

Com essa sistematização, acreditamos ter contribuído para oferecer aos estudiosos dos processos comunicacionais dos desfiles de moda, enquanto processos interativos e de sentido, um arcabouço de descrição e análise. O resultado a que chegamos com essa tipologia pode abarcar todos os possíveis desfiles em sua ampla diversidade, os quais podem ser pensados pelas relações para serem enquadrados na dinâmica relacional.

A partir desse estudo categorial dos desfiles de moda, podemos afirmar que as invariáveis dessa manifestação performática seriam (1) os *looks* apresentados na coleção; (2) a iluminação, que pode ser natural ou artificial; (3) a passarela, que pode ser uma superfície lisa – em um espaço fechado e privado – ou improvisada na rua, espaço aberto e público; (4) um percurso de programação, com horário para começar e terminar, incidindo na quebra dessa regulação as suas diferenciações; (5) a cenografia monta uma ambientação no espaço em que o desfile se realiza e pode acontecer em um espaço aberto, como uma rua ou jardim, ou em um espaço fechado, como uma sala; (6) a trilha sonora que acompanha o desfile pode ser uma música composta especialmente para ele ou de uma trilha improvisada a partir de outras trilhas ou de interferências sonoras, como os sons e ruídos da cidade; (7) o *casting* formado pelas escolhas das modelos, que podem ou não ser profissionais, é pensado a partir da proposta significativa do criador de moda – assim, nos desfiles estudados, essas diferenças produzem sentido: enquanto as modelos de *Maria Garcia* e de *Karlla Giroto* são profissionais, no desfile da *Cavaleira* mesclam-se modelos profissionais com não profissionais e, no *Fashion Mob*, são todas não profissionais.

Quanto às variantes, essas não estariam na base estrutural do desfile, mas relacionadas às escolhas particulares dos espaços de alocação e da duração do desfile. Quando, por exemplo, o desfile deixa de ser realizado no espaço fechado e é apresentado num espaço aberto, estará sujeito às mudanças climáticas ou a um acontecimento qualquer que modifique a sua construção inicial planejada. Esse é o caso da *Fashion Mob*, que, para atravessar de uma rua para outra, dependia da sinalização das ruas, das intervenções dos passantes e do fluxo de tráfego, ou seja, da imprevisibilidade das ocorrências que o caracterizam.

Os desfiles são uma mídia que produz visibilidade da marca e do criador e tem forte espetacularização no contemporâneo da sociedade globalizada. Seu formato de apresentação, avaliamos, está ligado à organização da escolha do espaço, da disposição dos convidados – de maneira hierárquica ou não, do posicionamento da passarela reta para desfilarem os *looks* que aparecem numa sequência rítmica cadenciada, quer por trilha sonora ao vivo ou executada por um DJ, ou pela sonoridade urbana.

Supomos que esse foi um processo de indução pelo qual chegamos a uma tipologia que pode abarcar todos os possíveis desfiles, em sua ampla diversidade. Julgamos que todo e qualquer desfile possa se enquadrar em uma ou outra das quatro categorias aqui descritas.

Referencias Bibliografias

BERTRAND, D. **Caminhos da semiótica literária**. Trad. Grupo CASA. Bauru: EDUSC, 2003.

CASTILHO, K.; MARTINS, M. M. **Discursos da moda: semiótica, design e corpo**. São Paulo: Ed. Anhembi Morumbi, 2005.

DUGGAN, G. G. **O maior espetáculo da terra: os desfiles de moda contemporâneos e sua relação com a arte da performance**. Fashion Theory, The Museum at the Fashion Institute of Technology, NY, v. 1, n. 2, jun. 2002.

GREIMAS, A. J. **Da Imperfeição**. Trad. Ana Claudia de Oliveira. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

GRUMBACH, D. **Histórias da moda**. Trad. Dorothée de Bruchard, Joana Canêdo, Flávia Varela e Flávia do Lago. São Paulo : Cosac Naify, 2010.

LANDOWSKI, E. **A sociedade refletida: ensaios de sociosemiótica I**. Trad. E. Brandão, São Paulo, Campinas, EDUC-PONTES, 1992.

_____. **Interacciones arriesgadas**. Trad. Desiderio Blanco. Lima: Universidad de Lima, Fondo Nacional, 2009.

OLIVEIRA, A. C. "Corpo, roupa, moda nas inter-relações semióticas da comunicação". In: **Revista Dobras**. Vol. 3, nº 6, junho 2009.

_____. "Por uma semiótica da moda". In: CASTILHO, K. GALVÃO, D. **A moda do corpo e o corpo da moda**. São Paulo: Esfera, 2002.