

**Imagem do desfile –
A recepção do evento que extrapola a convenção**

Mariana Moraes¹

Resumo:

A proposta do texto é investigar a relação da imagem produzida no desfile de moda com a mídia, e assim pensar sua recepção. Pensar no desfile que extrapola a convenção e considera a imagem já na sua estratégia de apresentação, e permite ao espectador uma nova experiência com o campo da moda.

The proposal of the text is to investigate the relation of the image produced in the parade of fashion with the media, and thus to think its reception. To think about the parade that surpasses the convention and considers the image already in its strategy of presentation, and allows to the spectator a new experience with the field of the fashion. 🔄

Palavras-chave:

Desfile de moda, Imagem, recepção.

Fashion show, Image, reception.

Lidar com tudo a todo o momento. É mais ou menos isso que a contemporaneidade nos convida a fazer. Um contexto onde cada campo se expande, se desdobra em inúmeras possibilidades e conexões com outros campos, é a partir desse lugar que procuramos entender a moda.

Muito se discute que já não é mais possível pensar moda como roupa, ou até como tendência, mas quando o assunto é tratado pela mídia as questões ainda não se ampliaram para outros territórios, e o destaque ainda é dos produtos ditos comercializáveis. Contudo é preciso ir além de definições para nos aproximarmos das construções de discursos e das imagens que permeiam esse campo.

Nesse momento é o desfile de moda que nos instiga a investigação. É interessante notar que o desfile nos conduz diretamente as imagens produzidas no evento. Todo o ambiente é

¹ Graduada em Artes Plásticas na Universidade Federal do Espírito Santo.

preparado para transmitir ao público o conceito do show. Mas estar presente não garante uma apreensão ideal do que se passa realmente na passarela. Aliás, uma questão fica muito clara para o espectador: o lugar privilegiado é do aparelho de reprodução. Ao mesmo tempo em que sua presença é invisível aos olhos do espectador, o pit dos fotógrafos e cinegrafistas constrói naquele espaço uma imagem inquietante. Não é exagero dizer que o ruído das câmeras, muitas vezes, chama mais atenção que a coleção que está sendo apresentada.

E é para eles que os modelos posam, e que a roupa se mostra no melhor ângulo. Ao contrário das pessoas, que estão presentes que só conseguem apreender parte do espetáculo. Como espectador, a recepção nos parece parcial, e para completar a experiência é necessário visualizar as imagens que foram produzidas do desfile, que são disponibilizadas rapidamente em sites, TV, jornais, revistas, a imagem se espalha tomando todo o espaço. Isso tudo soa um tanto paradoxal, afinal estar presente não basta, o evento é realmente apreendido como imagem e não como ação.

Mas o que acontece nesse deslocamento? Todo o espaço de construção da passarela e os elementos que a constituem são suprimidos para a tendência de moda ser colocada em destaque. É dessa maneira que se cria uma imagem homogênea do evento, impedindo que outras questões venham à tona. Na tentativa de preservar a complexidade desse movimento homogeneizante, alguns criadores inserem na estratégia de apresentação modos de agir que não podem ser de todo retirado da imagem. Nesses desfiles ainda é possível remontar uma memória da ação através das imagens.

O desfile de moda em seu formato tradicional carrega a aura do evento único, onde a ação se desenrola em tempo real, e todo o ambiente é percebido em todos os sentidos pelo público. Mas, na verdade, sua importância está em como a informação do evento irá circular *a posteriori*. No princípio, os desfiles eram restritos a poucas pessoas, mas atualmente são disponibilizados ao público através dos canais por assinatura que transmitem *ao vivo* o evento, ou ainda é possível acessar todo o desfile em sites que apresentam as fotos e os vídeos na Internet.

“Encontramos hoje, nas massas, duas tendências de igual força: elas exigem, por um lado, que as coisas se lhe tornem, espacial e humanamente, ‘mais próximas’, e tendem, por outro lado, a acolher as reproduções, a depreciar o caráter daquilo que só é dado uma vez. A

cada dia que passa, mais se impõe a necessidade de apoderar-se do objeto do modo mais próximo possível em sua imagem, porém ainda mais em sua cópia, em sua reprodução”.²

Essa relação de proximidade com a imagem é palpável a todo instante em nosso entorno. Tudo atualmente tente para as imagens técnicas, todo ato artístico, científico, político visa eternizar-se através da imagem. Ou seja, visa ser fotografado, filmado, videoteipado.

Segundo Vilém Flusser, como a imagem técnica é a meta de todo ato, este deixa de ser um ato histórico, passando a ser um ritual de magia. Um novo tipo de magia que se instaura no mundo contemporâneo, a nova magia é a ritualização de programas, visando programar seus receptores para um comportamento mágico programado.³

Neste contexto, o homem em vez de se servir das imagens em função do mundo, passa a viver em função das imagens. Não mais decifra as cenas da imagem como significado do mundo, mas como o próprio mundo vai sendo vivenciado como um conjunto de cenas.

Dar conta de tamanha complexidade é um desafio que a contemporaneidade nos impõe. Mas é necessário (re)aprender a lidar com esse universo imagético que nos envolve, perceber o processo de desenvolvimento das imagens, e buscar entender os discursos que estão envolvidos nesse processo.

Entendendo que o desfile é feito para as câmeras, e o acesso desse acontece através de imagem, cada vez mais somos impelidos a repensar sua recepção. Em julho de 2006, no Fashion Rio, a estilista Layana Thomaz apresentou uma possibilidade de desfile já pensado como imagem. Para lançar sua então coleção *Made in China*, ela deslocou a passarela para uma sala de projeção, apresentando uma vídeo-instalação no lugar do desfile. Uma recepção onde o corpo do espectador entrava em contato direto com a imagem, que num desfile convencional só seria acessada *a posteriori*, com a distribuição da mídia. Mas o trabalho sofre com o problema de categorização e necessita de um tratamento diferenciado para circular na mídia, e assim entrar em contato com o público.

² BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica**. In: LIMA, Luiz Costa, Teoria da Cultura de Massa. São Paulo: Paz e terra, 2000.

³ FLUSSER, Vilém. **A Filosofia da Caixa Preta – Ensaio para uma futura filosofia da fotografia**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

Layana não só nos apresentou suas roupas, como nos oferece uma nova experiência com o campo da moda. O vídeo de Layana Thomaz apresenta uma nova relação com o tempo, que não obedece mais o ritmo dos passos na passarela, pois a modelo surge e desaparece num tempo próprio do trabalho, obedecendo a uma lógica interna da poética do vídeo. Mas, mesmo com o deslocamento, o trabalho não causa estranhamento, afinal o desfile como imagem já nos é bastante familiar, a diferença é que nesse momento é permitido ao espectador criar uma relação pessoal do próprio corpo com a imagem, estabelecendo um tempo próprio para sua experiência.

A vídeo-instalação lida com trabalhos que envolvem a performance, mas que só fazem sentido por terem na estratégia do trabalho um diálogo entre a ação e o vídeo. São pensadas para aquele suporte e lidam com uma outra noção de espaço, onde se considera tanto o espaço videográfico/fotográfico e o espaço de recepção do público.

Nesse lugar, o vídeo ainda lida com a ação como registro, mas ao mesmo tempo passa a fazer parte da estrutura da obra, ou seja, o registro passa a ser obra. O vídeo amplia a questão do registro da performance e passa a ocupar um espaço no todo da estrutura do trabalho, se relacionando desde a estratégia de concepção até a apresentação da obra.

Mas o que acontece com esse trabalho, que pula a etapa da passarela, e no seu lugar apresenta um vídeo numa sala de projeção? Com essa passagem todo o espaço pré-concebido do desfile sofre alteração. No formato tradicional do desfile, as câmeras ficam posicionadas para captar as melhores posições dos modelos na passarela. Mas como lidar com uma imagem projetada?

Com certeza as respostas para essas questões não estão no modo convencional de tratar o desfile. Outras maneiras de lidar com o evento (e com sua imagem) devem ser experimentados. O interessante é perceber como *Made in China* nos instiga a repensar a relação da mídia e o desfile.

Não é apenas o suporte que dificulta a circulação do desfile, mas a construção do trabalho de Layana Thomaz não mais permite que a mídia isole a roupa do todo do trabalho. Seria necessário lidar com os outros elementos que interagem na cena, e assim repensar os padrões de crítica de moda.

Mesmo não tendo espaço na cobertura do evento ao lado dos outros desfiles, quando *Made in China* foi disponibilizado na Internet, e o espectador pôde entrar em contato com o vídeo, ele se depara com toda construção de discurso do trabalho, tendo uma experiência mais completa/complexa que com as imagens dos desfiles convencionais.

Mas é claro que mais uma vez a recepção sofre com o outro deslocamento. Nesse caso, da sala escura para a tela do computador. Na verdade, o que queremos evidenciar é que o material apresentado já não se pretende como apenas um registro, é um produto que foi pensado para além do seu momento de apresentação original, sendo já considerada a recepção que aconteceria num segundo momento, com a sua difusão, sua reprodutibilidade técnica.

Referências Bibliográficas

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica.** In: LIMA, Luiz Costa, Teoria da Cultura de Massa. São Paulo: Paz e terra, 2000.

FLUSSER, Vilém. **A Filosofia da Caixa Preta – Ensaio para uma futura filosofia da fotografia.** Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

KRAUSS, Rosalind. O fotográfico. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2002.

LIPOVETSKY, Gilles, **O Império do Efêmero – A moda e seu destino nas sociedades modernas.** Trad. Maria Lucia Machado. 9ª edição. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MELIN, Regina. **Formas distendidas de Performance.** In: 13ª Encontro Nacional da ANPAP, 2003, Brasília. Arte em pesquisa: especificidades – V.1, DF, UNB, 2003.

FASHION THEORY – A revista de moda, corpo e cultura – volume 1, número 2. Edição brasileira. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2002.

Currículo:

Formada em Artes Plásticas na Universidade Federal do Espírito Santo. Pós-graduanda em “Comunicação Estratégica e Gestão de Imagem” na Universidade Federal do Espírito Santo. Colaborou como assistente de produção para o Caderno Estilo do jornal A Gazeta/ES, e como produtora de moda para campanhas de publicidade de moda.