A LUZ E A SOMBRA COMO ELEMENTOS DE COMUNICAÇÃO NA MODA

LIGHT AND SHADE AS COMUNICATION ELEMENTS ON FAHION

Suzie Ferreira do Nascimento Design de Moda

Universidade Tuiuti do Paraná

E-mail: suzienascimento@yahoo.com.br

Resumo

Este trabalho visa demonstrar, através de exemplos históricos e contemporâneos, a importância do estudo da luz e sombra como elementos de comunicação, sua representação gráfica e seus simbolismos, bem como comprovar a existência destes mesmos elementos no cinema , na fotografia e na produção de moda. É abordada também sua relevância como valor agregado em construções de moda conceitual, comprovando o valor mercadológico do conhecimento. Como produtos, foram criados uma roupa confeccionada com retalhos e um livro de fotografias, ambos produzidos de acordo com as referências simbólicas e construtivas de luz e sombra discutidas na pesquisa[1].

Palavras-chave: luz; moda; comunicação

Abstract

This work aims at to demonstrate, through contemporaries and historical examples, the importance of the study of the light and shade as elements of communication, its graphical representation and its symbolisms, proving the existence of these same elements in the cinema, the photograph and the production of fashion as well. Its relevance is showed also as value added in constructions of conceptual fashion, proving the marketing value of the knowledge. As products, clothes confectioned with remnants and a photograph book had been created, both produced in accordance with the symbolic and constructive references of light and shade argued in the research.

Word-key: light; fashion; communication

O homem convive com um universo de imagens, em todos os ambientes, com os mais diversos temas. Cada dia mais as fantasias se realizam pelos olhos . A luz tem papel primordial nestas representações: é ela quem dá vida, emoção, profundidade às imagens. O profissional de moda tem hoje um desafio: fazer com que o objeto de sua arte tenha algum

[1] Pesquisa realizada em trabalho de conclusão de curso e orientada por Fernanda Marochi na UTP PR

significado neste mundo saturado de idéias, num mercado altamente competitivo. A mídia, focada no mercado e no consumo, tem trilhado o caminho da assimilação rápida, na tentativa de dirigir a mente humana para os modelos estabelecidos. Cabe ao profissional de design, que tem sua origem fortemente ligada à produção, agregar valores subjetivos ao produto, estimulando a mente do consumidor a um novo aprendizado da moda como arte inserida no seu dia-dia. A luz tem sido um instrumento valioso na busca destas experiências visuais mais ricas, mais sedutoras. Conhecer este instrumento, entender com se dá à comunicação entre o produto e o homem, aplicar estes critérios na sua criação são os desafios atuais do design de moda.

Antes do surgimento da máquina fotográfica, todas as imagens eram criadas por artistas, cujo trabalho assume grande importância no momento em que tratavam a luz como um agente ativo, ou isolado (ARNHEIM,1997). Leonardo da Vinci, Rembrandt e Caravaggio são alguns destes. A utilização da luz lateral para acrescentar um gradiente de sombra que revele a tridimensionalidade desejada nas pinturas, é uma técnica que remonta ao século dezesseis. A relevância da mente humana neste processo é ratificada por Gombrich (1995): segundo ele, o homem interpreta a terceira dimensão através do composto tato-memória-sugestão.

De acordo com Arheim (1997), os quadros renascentistas, embora carregados de simbolismos e convenções, apresentavam a luz unicamente como meio de criar volumes. Já Da Vinci (1452-1519) percebeu no conflito entre luz e trevas o núcleo da linguagem plástica e psicológica. Seus quadros representam personagens despidos, com toda a anatomia revelada, acompanhados de climas psicológicos, que traduziam sua personalidade artística (PEDROSA 1999). Caravaggio (1573-1610) também tinha na luz um conceito nitidamente plástico. Suas figuras destacavam-se pelo ritmo dos gestos, pelo relevo quase físico das formas (VARANDA sobre o tempo e o vasto mundo, sd).

Seguindo a ambição de Caravaggio, Rembrandt (1606-1669) também fez uso da luz e das sombras para modelar formas e produzir efeitos dramáticos. O artista obtinha sua luminosidade vibrante fazendo com que a figura principal ficasse num nível de iluminação acima da média do quadro. O misterioso brilho de seus objetos surgia quando eram colocados em ambientes ainda mais escuros e representados quase que isentos de sombras, associado à ausência de textura das superfícies tornando os limites dos objetos iluminados indefinidos para os olhos . É possível também fazer um paralelo entre as sombras de Caravaggio e o cinema *noir* : ambos fazem uso da penumbra como elemento de expressão

(ARNHEIM,1997). Este gênero cinematográfico, tem sua origem no expressionismo. Nascido na Alemanha sob a égide da guerra, foi uma forma espontânea de expressão da alma, sem intenção de representar a realidade, que reproduzia a visão de um louco (MERTEN,2003). Outra associação importante é a de Dahn-Wolfe (1984), entre a luz e a imagem: para ele, a câmera fotográfica, objeto através do qual o corpo se bi-dimensiona, é um veículo da luz, uma forma de se pintar com a luz (ARNOLD,2002).

Alguns estilistas dedicam muita atenção aos resultados obtidos pelo uso direto da luz em suas criações. Viktor *and* Rolf (ver coleções 2001, 2007/2008), Nakao (ver coleções 2004) e os trabalhos de Issey Miyake da década de oitenta são apenas alguns exemplos.

Para Maneschy (2002), mestre em comunicação em semiótica, o corpo do homem é mídia primária, é elemento de comunicação direta. É através dele e da veste que se coloca sobre ele que se estabelecem as primeiras comunicações com o mundo e é na imagem que o corpo se planifica e passa a servir de modelo de desejo pra outros. Para Mendonça (2002), a moda impera em todos os meios de comunicação da sociedade moderna. A partir do momento em que se faz uso de certa indumentária, adquirindo hábitos e se transformando de diversas formas para se ajustar à realidade, também se está produzindo e respondendo aos estímulos que rodeiam, está se fazendo uso da moda e se comunicando através dela. A moda liga-se ao prazer de ver e de ser visto, favorece o olhar crítico e estimula observações sobre a elegância dos outros, sendo assim, um completo investigamento de si. Já a fotografia de moda, navega entre o expressivo manifestado pelo estilo do fotógrafo, e o poético manifestado pelo trabalho efetuado sobre a imagem, seja a iluminação , as poses do modelo entre outros. A imagem não pode afirmar ou negar nada a respeito de si própria. Mesmo quando acompanhada de algum tipo de legenda, não há como controlar a interpretação ou a imaginação do espectador. Em resumo, a função comunicativa de uma mensagem visual determina fortemente a sua significação (JOLY,1994). Uma vez que a tentativa de compor com elementos como são vistos na vida real resulta em fotos sem atrativos, caricaturais, atualmente a foto autoral é solicitada por sua possibilidade de articulação subjetiva, de agregar novos valores, através da interpretação do fotógrafo. Não cabe mais a maneira “vendável”, mas sim, a proposta, a vivência, o saborear a posse do momento, uma experiência particular e única (MANESCHKY,2002).

A vértebra da execução deste trabalho é a pesquisa. Pesquisa do uso da luz na pintura, na moda, no cinema, pesquisa sobre comunicação, pesquisa sobre fotografia de moda. Todos os argumentos são baseados na opinião de especialistas. O produto gerado por esta pesquisa é

uma roupa construída especificamente, para enfatizar os efeitos da luz na imagem fotográfica, seus recursos criativos e simbólicos. Para tanto foram usados recursos de texturas, dobras, recortes e possibilidade de movimentos amplos. A relevância do estudo da luz na moda foi validada por pesquisa feita com profissionais de moda através de questionário, numa amostragem de quinze pessoas. Projetos que apresentem alguma similaridade com este, atuais e antigos, quer sejam roupas conceituais, editoriais de moda ou fotografias, também foram pesquisados e as suas características aproveitadas nas construções. As ferramentas utilizadas na concepção do projeto foram a elaboração de um conceito em texto e imagem, a criação de alternativas de construção da roupa em moulage, uma experiência construtiva com tecidos pretos, onde se comprovou a potencialidade do assunto, um modelo em material comum para experimentação dos resultados construtivos da produção fotográfica, e finalmente, a roupa e a produção fotográfica definitivas.

Como a proposta não é uma roupa comercial, o uso de roupas já usadas surgiu como uma saída ecológica, uma vez que os melhores resultados são obtidos com tecidos sintéticos. Foram utilizados materiais de baixo ou alto custo, novos ou reaproveitados, priorizando apenas suas características de lustro. A criação conceitual também determinou a escolha da modelagem tridimensional, por adaptar-se mais à experimentação, e as peças foram construídas com o auxílio de costureira. A opção pela cor preta teve o intuito de reforçar as diferenças de lustre e textura dos tecidos unicamente através da luz, sem a influência das cores, recurso amplamente utilizado por estilistas que priorizam o conceito em suas criações, particularmente os trabalhos de Viktor *and* Rolf e Issey Myiake.

O trabalho fotográfico foi executado nos moldes do cine *noir* , em preto e branco, priorizando a projeção de sombras, tomadas oblíquas, buscando criar uma atmosfera de suspense, onde a roupa se apresenta como suporte para uma construção plástica, sem ênfase no modelo nem na modelagem, conforme as construções artísticas pesquisadas em construções similares.

Conceito

O que está, e o que não está

O que se aproxima, e o que se afasta.

O que aquece e o que faz sentir frio.

O que alegra, e o que entristece.

Nada disso existe, é tudo luz, e ausência de luz...

PRIMEIRA EXPERIÊNCIA COM TECIDOS PRETOS:

Foi desenvolvida uma roupa, cujo objetivo era demonstrar as diversas variações dos tons de preto, através da incidência da luz. Foram adquiridas roupas em brechós, feitas algumas experimentações em manequim, e só então se chegou a uma forma ideal, para demonstração dos efeitos da luz sobre vários tecidos pretos.

FIGURA 1 - DETALHES DO PROCESSO CRIATIVO DA PRIMEIRA PEÇA
FONTE: NASCIMENTO,S.N. (2008)

CONSTRUÇÃO DA PEÇA PROTÓTIPO:

A peça protótipo serviu para experimentar algumas poses e situações de luz, testar o fundo, e definir a forma da roupa. Construída com tecido fosco, o detalhe dos plissados e o recorte que torna o tecido lilás visível, dão mais volume, legitimando a forma construtiva. O rosto coberto e as tiras nos braços evidenciaram por demais o modelo, e a foto em preto e branco diminuiu o contraste, sendo que para a peça definitiva foram feitas algumas modificações.

FIGURA 2 : PROTÓTIPO
FONTE: NASCIMENTO,S.N. (2008)

CONSTRUÇÃO DEFINITIVA

Após a experimentação com a roupa protótipo, foram adquiridos tecidos com mais capacidade de reflexo e mais encorpados, para obtenção de volumes, estudadas algumas formas em moulage e feitos alguns croquis, e só então se chegou a uma forma ideal para a potencialização do efeito da luz.

FIGURA 3: CONSTRUÇÃO DEFINITIVA
FONTE: NASCIMENTO,S.N. (2008)

No intuito de demonstrar os efeitos da luz sobre os tecidos, optou-se por registrar algumas imagens em editorial, buscando referências contidas na pesquisa teórica. O resultado foi catalogado em forma de livro, que deverá acompanhar a pesquisa e a roupa

No estudo da luz e sombra como elementos de comunicação, aponta-se como fatores positivos, o aproveitamento do estudo em várias frentes, sejam elas teóricas, construtivas ou imagéticas, sendo que cada produto, seja a pesquisa, a roupa ou o livro, em si apresenta-se completo, porém alcança sua maior compreensão acompanhado dos demais. Conclui-se que este produto composto apresenta função estética, uma vez que a roupa e o livro fotográfico possuem elementos que podem ser avaliados desta maneira. A produção fotográfica tem, por sua vez, elementos simbólicos, já que suas imagens estimulam o expectador a associá-las com referências pessoais, sejam de filmes, de sentimentos ou sensações. A função prática se concretiza no cumprimento dos objetivos: a pesquisa serve ao conhecimento, a roupa serve à fotografia e o livro serve à conservação e divulgação.

Pode-se verificar que, em relação aos similares apresentados, a presente proposta se diferencia por seu caráter didático ao agrupar todos os conhecimentos compilados referentes ao uso da luz como comunicação em um texto informativo , demonstrá-los em uma roupa construída para uso fotográfico e , finalmente armazenar os resultados obtidos em formato de livro de fotografia.

Fica comprovado, por meio deste trabalho que a pesquisa e a argumentação teórica enriquecem sobremaneira o aspecto criativo, ampliando as possibilidades inventivas, apontando caminhos mais complexos para se chegar ao produto final. Também fica clara a valorização do trabalho de imagem como finalização e perpetuação do produto de moda.

Há hoje uma crise de pensamento e uma produção massificada que não traduz uma ética de invenção. Quanto maior for o grau de abstração que se alcançar, maior poder de razão e de meditação terá a arte e as demais produções humanas. Neste propósito, a educação pelo saber também deve se por a serviço da sociedade, tal qual o faz hoje a tecnologia, não só como justificativa pedagógica, mas no intuito de criar receptores mais educados (Gonçalves in KOFF, 2002).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARNHEIM, R. *Arte e percepção visual.* 7.ed.São Paulo: Livraria Pioneira Editora,1992

ARNOLD,R. Visual Americano: as fotografias de moda de Louise Dahl-Wolfe dos anos 1930 e 1940. *Fashion Theory , A revista da moda, corpo e cultura*,São Paulo, SP,v.1 n.3,p.45-60,set.2002

GOMBRICH,E.H. *Arte e ilusão.* 3 ed.São Paulo: Martins Fontes,1995

JOLY,M. *Introdução à análise da imagem* ,Coleção arte e comunicação. Lisboa,Portugal :Edições 70, 1999.

KOFF,R.F. *Pensando o cinema: uma aventura interdisciplinar*. Santa Maria, RS: FACOS/UFSM, 2002

MANESCHKY,O.Limites entre imagens- A fotografia da moda e suas articulações entre campos distintos. *Fashion Theory , A revista da moda, corpo e cultura*,São Paulo, SP,v.1 n.3,p.115-121,set.2002

MENDONÇA,F.V.*História da Moda- Moda é a Comunicação do Século XXI* extraído de http://www.dominiofeminino.com.br/moda/flavia_moda.htm acesso mar.2008

MERTEN, C.M. *Cinema: entre a realidade e o artifício*. Porto Alegre, RS: Artes e Ofícios, 2003

NASCIMENTO, S.N. *A luz e a sombra como elementos de comunicação na moda*. 2008.100f. Trabalho de Conclusão de Curso (bacharel em Design de Moda) - Faculdade de Ciências Exatas e de Tecnologia da Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, 2008.

PEDROSA,I.*Da cor à cor inexistente*. 8.ed.Rio de janeiro: Christiano Editorial Ltda, 2002

VARANDA sobre o tempo e o vasto mundo . Disponível emhttp://www.vidaslusofonas.pt/caravaggio.htm acesso em 03/03/2008

CURRICULUM

Suzie Ferreira do Nascimento é da décima quarta geração de design de moda na Universidade Tuiuti do Paraná, Técnico em desenho industrial pelo CEFET-PR, profissional maquiadora e sobrancelhista formada pelo SENAC-PR, atuando também nas áreas de fotografia e produção fotográfica.