

O CINEMA COMO REFERÊNCIA NO DESENVOLVIMENTO DA COLEÇÃO: EXPERIÊNCIA WALTER RODRIGUES.

Cinema as reference for the development collection: experience Walter Rodrigues.

Prado, Rita; Mestre; UNINOVAFAPI, rita@ritaprado.com.br¹

Resumo

O artigo busca identificar e analisar algumas influências que o cinema exerce sobre o designer de moda no desenvolvimento de uma coleção. Analisa a relação do designer Walter Rodrigues com o cinema, por intermédio de entrevista e imagens das coleções. Exemplifica a importância do cinema para o desenvolvimento de produtos, explicitando quais as referências mais comuns.

Palavras Chave: design de moda; coleção; cinema; pesquisa; Walter Rodrigues.

Abstract

The article seeks to identify and analyze some influences that cinema has on the fashion designer in developing a collection. Examines the relationship of designer Walter Rodrigues with the film, through interviews and images of the collections. Exemplifies the importance of cinema for product development, explaining that the most common references.

Key words: fashion design; collection; film; research; Walter Rodrigues.

¹ Designer de Moda, Mestre em Design pela UAM/SP, Pós Graduada em Gestão e Styling pela UNINOVAFAPI/PI, Professora Assistente da UNINOVAFAPI, Professora Substituta da Universidade Federal do Piauí – UFPI. Pesquisa as relações entre Cinema e o Design de Moda.

Introdução

Moda e Cinema caminham juntos desde o início do século XX. De lá para cá se acompanhou o desenvolvimento e amadurecimento destes campos e observou-se que, entre eles sempre existiram diversas relações, que vieram a ensejar produções híbridas na Moda. Essas relações carecem de estudos que as exemplifiquem, de modo a esclarecer possíveis caminhos para o desenvolvimento de produtos na atualidade.

Estudos acadêmicos que acompanhem as interações entre os dois campos são pouco comuns. Este artigo propõe pensar algumas dessas relações e delinear alguns caminhos para designers que desejam inserir o cinema em seus processos de pesquisa, desenvolvimento e criação de artefatos de moda.

Todo ano uma quantidade significativa de designers busca trazer a atmosfera fílmica para suas coleções, através de referências visuais em seus produtos. Seja no tema da coleção, ou durante a pesquisa, é possível relacionar o cinema como fonte para o desenvolvimento de muitos produtos de moda na atualidade.

Este trabalho levanta algumas questões acerca destas relações entre o design e o cinema através da observação e contribuição do designer paulista Walter Rodrigues, que utilizou o cinema como referência em algumas de suas coleções de moda. Para acompanhar as reflexões foram eleitos alguns momentos, citados pelo próprio designer em depoimento para esta pesquisa.

Walter Rodrigues contribuiu bastante com esta pesquisa através de entrevista especialmente concedida em 22 de abril de 2013 e também do empréstimo do *sketchbook* da coleção “Fairway”, com desenhos das peças, informações escritas a punho e fotografias polaroides. Recursos que ajudaram na compreensão do tema e análise do trabalho deste designer.

Considera-se que este caminho, teórico e imagético, poderá elucidar algumas das questões acerca da interferência do cinema no desenvolvimento

de uma coleção, contribuindo para uma teorização dessa relação e da concepção de produtos oriundos deste encontro.

Cinema: pesquisa e o tema no planejamento de uma coleção de moda.

Antes de adentrar no objeto deste artigo, é preciso entender como se dá o planejamento de uma coleção de moda. Sandra Rech (2002) em “Moda por um fio de qualidade” explica que uma coleção de moda consiste em um conjunto de produtos que compartilham de uma harmonia do ponto de vista estético ou comercial.

Para Gomes (1992) uma coleção de produtos de moda, “é a reunião ou conjunto de peças de roupas e/ou acessórios que possuam alguma relação entre si” (GOMES, 1992 apud TREPTOW, 2003, p.43), são produtos geralmente unidos por um tema. E para que esta coleção de produtos seja coerente, faz-se necessária uma metodologia que organize o processo de criação.

Sobre o assunto, Renfrew acrescenta sobre a importância do reflexo de influências culturais e sociais numa coleção, ele diz:

Esse conjunto de peças pode ser inspirado por uma tendência, tema ou referência de design, refletindo influências culturais e sociais, e normalmente desenvolvido para uma temporada ou ocasião especial. (RENFREW e RENFREW, 2011, p. 11).

Uma coleção que se desenvolve sob a temática do cinema, seja um movimento, uma escola, um filme ou artista, acaba por refletir as influências culturais e sociais do próprio designer.

A indústria de confecções tem sua estrutura baseada na criação, produção e venda de produtos. A esse processo de definição, criação, viabilidade e metodologia para a produção de uma peça, dar-se o nome de desenvolvimento do produto.

É na fase de desenvolvimento do produto de moda que este artigo encontra seu objeto de estudo. Um produto de moda contém, dentre outras

características, a materialização do olhar de um profissional cuja pesquisa se faz presente durante todo o processo de planejamento de uma coleção: o designer de moda.

A escolha do tema de uma coleção reflete a sensibilidade do designer de moda. O tema pode “surgir de qualquer fonte, cabe ao designer transformar esse elemento inspirador em uma proposta de moda” (TREPTOW, 2003, p. 111).

A metodologia de Treptow (2003) para o desenvolvimento de uma coleção de moda é composta das seguintes fases: o planejamento, o cronograma da coleção, a dimensão da coleção, a pesquisa de tendências, o desenvolvimento e fase de realização. Durante as pesquisas das tendências, monta-se o *briefing* e define-se o tema. Em seguida, será feita a escolha da cartela de cores, dos tecidos e dos aviamentos. Passa-se para a elaboração dos desenhos técnicos, das modelagens, das peças pilotos, das reuniões de aprovação, e, por fim será feito o lançamento e a divulgação, geralmente através de desfiles.

Situamos este artigo no ponto comum a todo planejamento de coleção: a escolha do tema e a pesquisa de moda. É na pesquisa de moda que o designer vai encontrar as fontes que necessita para a abordagem do tema da coleção. O tema é o argumento e, para maioria dos designers de moda, inclusive Walter Rodrigues, ele é o início da coleção de moda.

O conjunto de referências de Walter Rodrigues no cinema.

Walter Luiz Vieira Rodrigues é um designer de moda paulista que começou a desenvolver peças de roupa na década de 1980. Em 1992, lançou no mercado nacional a marca Walter Rodrigues e no ano seguinte realizou o seu primeiro desfile.

Sua contribuição para a indústria da moda é de extrema valia, face ao legado de mais de vinte anos à frente da direção criativa da marca Walter

Rodrigues. “Suas roupas são sinônimo de elegância e, sobretudo boas vendas, no Brasil e no exterior” (JOORY, 2007, p.111).

Joory (2007) conta que a moda para Walter Rodrigues “sempre foi um meio de expressão, a sua forma de comunicação com o mundo” (JOORY, 2007, p.105). Quase que como um antropólogo, Walter Rodrigues estuda culturas diferentes e viaja em busca de novidades, novas emoções e ideias para as coleções.

A pesquisa de um designer de moda pode ter diferentes enfoques, que se definem em razão de um tema. Ela é composta geralmente, por dois grupos de informações: os das matérias-primas a serem utilizadas, as opções de acabamento e construção e outro grupo “composto pelas pesquisas acerca de um tema ou conceito ou vários, agrupados e trabalhados em uma única coleção - a serem definidos pelo próprio designer.” (MERLO; NAVALON, 2010, p. 02). As fontes e os enfoques da pesquisa de moda podem ser os mais diversos como, por exemplo, a história, a produção cultural, a fotografia, a arte, a literatura e o cinema.

Para este artigo, o enfoque será dado às coleções que utilizaram o cinema como recurso criativo, apoiando suas pesquisas, em cenários, figurinos, fotografia e, também no design de produção de filmes.

O pesquisador Mauro Batista (2008) utiliza o termo “design de produção”. O papel do designer de produção ultrapassa a direção de arte, tendo em vista que aquele profissional participa também das técnicas de finalização da imagem do filme na esfera digital, o que não se pode dizer a respeito do diretor de arte.

A função do design de produção é criar uma atmosfera única no filme, que produza um estilo característico, definido através de objetos do cenário, cores, texturas, luzes e até do posicionamento dos personagens. O design de produção fornece uma vasta possibilidade de referências para o design de moda que utiliza elementos de filmes para um produto ou coleção.

Walter Rodrigues relatou em entrevista a esta pesquisa, que o cinema está presente em seu processo criativo, de forma não linear e em diferentes coleções.

O primeiro momento criativo de Walter que pretendemos abordar é o processo de desenvolvimento do tema da coleção inspirada no filme *Memórias de uma gueixa* (2005). *Memórias de uma gueixa* é um filme-adaptação do *best-seller* homônimo do escritor norte-americano Arthur Golden, publicado em 1997 e que interpreta a cultura japonesa.

Acerca do momento criativo de um designer, que consiste em coletar as informações sobre elementos do design de moda, vejamos o que dizem Márcia Merlo e Navalon (2010): “Coletar informações, realizar pesquisas, organizar referências, eleger cores, tecidos (...) planejar a coordenação entre as peças, pertencem ao universo dos processos criativos em design de moda.” (MERLO; NAVALON, 2010, p. 02).

Walter Rodrigues, como a maioria dos designers de moda, mergulha em pesquisas que elucidem e justifiquem a escolha do tema da coleção. Para isso, a reunião de informações sobre o filme, por exemplo, se faz presente durante todo o processo.

Ele conta que antes de assistir ao filme, ficou “encantado com a possibilidade de ter o ‘imaginário’ do livro transposto para tela” (Depoimento editado, Walter Rodrigues, 22/04/2013). No caso da coleção outono/inverno 2006, cujo tema foi o filme em questão, ele conta que foi motivado por uma tendência de moda advinda do lançamento do filme. Isso o levou a desenvolver uma coleção com referências no filme “*Memórias de uma gueixa*”.

Podemos identificar nas imagens das peças da coleção uma das formas extraídas da indumentária oriental: o quimono. O quimono também fez parte do figurino do filme “*Memórias de uma gueixa*” e recebeu uma releitura por parte do designer para figurar na coleção apresentada.

Figuras 1 e 2 - Imagens do desfile de Walter Rodrigues no evento Fashion Rio, edição inverno 2006 com inspiração no filme Memórias de uma gueixa. Disponível em: <http://moda.terra.com.br/fashionrio2006inverno/interna/0,,OI830231-EI6123,00.html>. Acesso em: 19 ago.2013.



Figura 3 - Imagem de cena do filme Memórias de uma gueixa (2006). Disponível em: <http://guestofaguest.com/new-york/movies/our-rating-of-the-best-book-to-film-adaptations&slide=6>. Acesso em: 19 ago.2013.



Ao compararmos as imagens das peças do desfile com a imagem do figurino do filme, observamos que o designer também utilizou as cores da fotografia do filme e o caimento dos tecidos usados em cena. Isso ocorre por que na fase de desenvolvimento do tema, o designer coletou as informações necessárias para comunicar a ambiência do filme, através das formas e materiais utilizados no design de produção.

O segundo momento de Walter Rodrigues apoiado no cinema que merece destaque é a coleção “Audrey Goes to China”, apresentada no evento Fashion Rio, temporada de verão, ano de 2009. A coleção trouxe vestidos tubinhos pretos repaginados a partir de interferências do designer, tais como apliques brilhantes ou bordados, cortes geométricos e volumes inusitados.

Figura 4- O vestido tubinho preto desenhado por Givenchy para Audrey Hepburn em “Bonequinha de Luxo” (1961). Disponível em: <http://catmagazine.com.br/tiffany-vai-para-o-62-da-champs-elysees/> Acesso em: 15. Nov. 2012.



Figura 5 - Foto do desfile da coleção “Audrey Goes to China”, verão 2009 do designer Walter Rodrigues no evento Fashion Rio. Disponível em: <http://elle.abril.com.br/desfiles/fashion-rio/fashion-rio-verao-2009/walter-rodrigues-verao-2009-fashion-rio/#image=4f6cf34eb6a4432a26000003>. Acesso em: 19 ago.2013.

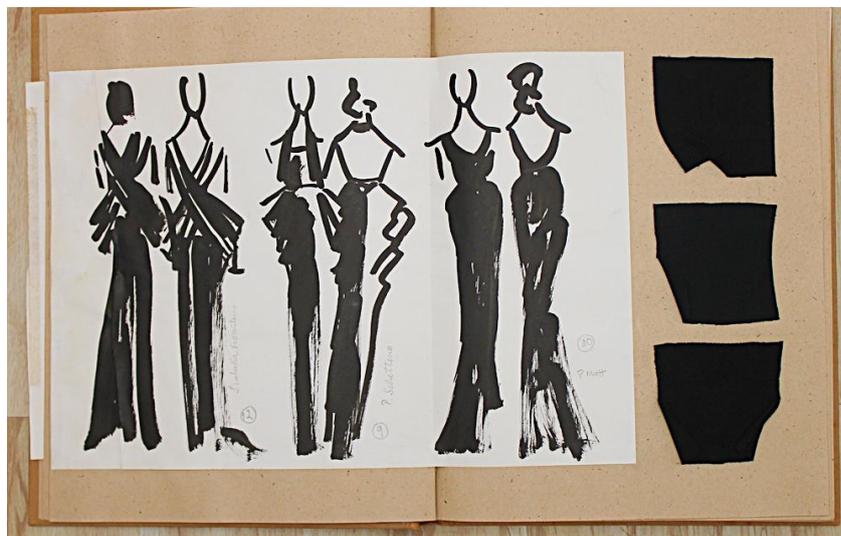


Foram apresentados dezenove vestidos curtos e seis longos, todos em silhueta alongada como da atriz Audrey Hepburn (1929-1993). A cartela de cores apresentou não só o preto, mas também as cores lima, lilás, bege, acqua e salmão. Os tecidos usados foram musseline, tafetá, cetim com elastano e *haboutai*.

Frequentemente o designer é abordado para explicar sobre o seu conceito de elegância e na ânsia de elaborar uma resposta, o designer conta que a imagem que sempre lhe vem à mente é a atriz Audrey Hepburn. Este foi o ponto inicial a coleção “Audrey Goes To China”. Ele encontrou na imagem de um vestido tubinho preto, usado no filme “Bonequinha de Luxo” (1961), a elegância que pretendia traduzir para sua coleção.

Walter Rodrigues revelou também que, noutra momento de sua carreira, utilizou a imagem que as atrizes representavam, sobretudo, as atrizes das décadas de 1930 e 1940 para criar uma coleção de moda. “Em 1997, fiz um desfile com inspiração nos anos 1930, por que sempre fui fascinado pelas atrizes Marlene Dietrich e Greta Garbo.” (Depoimento editado, Walter Rodrigues, 22/04/2013).

Figura 6- Imagem do *sketchbook* da coleção “Fairway” de Walter Rodrigues mostra a silhueta dos vestidos e decotes que referenciam a “época de Ouro de Hollywood”. Acervo pessoal.



O desfile ao qual o designer se refere foi realizado na primeira edição do evento “Semana de Moda/Casa dos Criadores”, realizada em 1997. Lipovetsky (2009) fala que “com as estrelas, a forma moda brilha com todo esplendor, a sedução está no ápice da magia” (LIPOVETSKY, 2009, p.248), confirmando a atração mútua entre moda e cinema.

João Braga (2011) relata que era comum ver mulheres nas salas de projeção de cinema, nos anos 1930, carregando pranchetas, lápis e papel para esboçar as modas das atrizes de Hollywood. Para Walter, “moda sempre foi *parecer com*. Antigamente a gente via a Greta Garbo no cinema e, em casa, tentava recortar um vestido e fazer igual.” (Depoimento editado, Walter Rodrigues, 22/04/2013).

O cinema é a primeira ideia da propaganda de moda, é o primeiro momento em que se expande a ideia da imagem. As pessoas começam a querer 'parecer com', o que, para mim, significa moda. Moda, para mim, é querer parecer o outro. (Depoimento editado, Walter Rodrigues, 22/04/2013).

Podemos acrescentar ainda um pensamento de Edgar Morin em “O cinema ou o homem imaginário” (1970), onde fala sobre a relação que as pessoas têm com as personagens de filme. Ele diz: “Temos uma personalidade de confecção, *ready made*. Vestimo-la como se veste um fato e vestimos um fato com quem desempenha um papel.” (MORIN, 1970, p.112).

Além de fornecer a entrevista onde fala dos encontros de suas criações com o cinema, emprestou também o *sketchbook* da coleção Fairway (figura 6). Desenhos, nomes das modelos, fotos polaroides tiradas nas provas de roupas confirmam a silhuetas dos vestidos que referenciam as grandes atrizes de Hollywood. Observamos também, no diário da coleção do estilista, amostras dos tecidos utilizados, a utilização das cores.

Por fim, não se pode deixar de mencionar outro momento criativo de Walter Rodrigues em que se ratifica a existência de uma conexão criativa entre o cinema e o desenvolvimento de uma coleção de moda. Este momento acontece em 2012, por meio da coleção apresentada no Fashion Rio, na temporada de inverno.

O designer conta que essa coleção buscou referências no filme “A Fita Branca” (2009), do diretor austríaco Michael Haneke, sobre um coral de crianças num vilarejo ao norte da Alemanha, pouco antes de eclodir a Primeira Guerra Mundial. O designer também faz uma analogia da fotografia do filme com o trabalho do fotógrafo alemão August Sander (1876-1964), que dedicou a vida a registrar a simplicidade do povo alemão, sobretudo de origem camponesa.

Sobre a modelagem das peças, ele diz: “os vestidos são todos de mangas compridas e cintura marcada. É tudo ‘meio 1970’, ‘meio Yves Saint Laurent’.” (Depoimento editado, Walter Rodrigues, 22/04/2013), fazendo uma menção ao estilo do estilista francês de destaque na época. O designer conta

que além da fotografia do filme, o figurino de “A Fita Branca” (2009) também, o influenciou na criação, no que diz respeito às formas das peças.

Ele relata que o desfile começou com as modelagens inspiradas nas crianças do filme, por isso o uso de bermudas e shorts, que são peças pertencentes ao guarda-roupa infantil. Depois, a coleção fez uma menção aos pais, lavradores, através de bonés coloridos e casacos. E ao final, às mães das crianças, com vestidos estampados.

Figura 7 - Imagem do desfile da coleção de inverno 2012 de Walter Rodrigues, com referências no filme “A Fita Branca” (2009). Disponível em: <http://thebigfashiontheory.files.wordpress.com/2012/01/desfile-walterrodrigues-fashionrio-inverno2012-106.jpg>. Acesso em: 07 jul. 2013.



Figura 8 - Cena do filme “A Fita Branca” (2009) que serviu de referência para coleção de Walter Rodrigues. Disponível em: <http://minhavisadocinema.blogspot.com.br/2013/03/critica-fita-branca-2009.html>. Acesso em 29 jul.2013.



Durante todo o processo de confecção da coleção, o designer também fez uso de *scrapbook* e *mood board*, recursos de compilação de imagens, a fim de que toda a equipe se inteirasse de suas referências. O processo criativo passava a ser digerido não só por Walter Rodrigues, mas por todos os envolvidos no desenvolvimento da coleção: modelistas, costureiros, *stylists*.

Depreende-se da entrevista com o designer a íntima relação que ele estabelece com a fotografia do filme e a transposição das cores da película para a cartela de cores da coleção. Treptow (2003) ensina que a cartela de

cores deve “reportar ao tema escolhido para a coleção” (TREPTOW, 2003, p.112).

Segundo Jones (2011), pesquisas indicam que a primeira reação do consumidor face à roupa é causada pela cor. “As pessoas reagem intuitiva, emocional e até fisicamente às cores”. (JONES, 2011, p.128). Essa sensação é estimulada pelo designer ao deslocar as cores da fotografia do filme para a coleção. Vejamos o que ele fala em depoimento:

Criei uma série de peças, entre lenços e estampas utilizando as cores: vermelho e azul Royal, que às vezes se misturavam para criar um azul marinho profundo. Usei o vermelho como se fosse o branco e o azul fosse o preto. Na passarela o vermelho se misturava com o cenário causando uma sensação bicolor parecida com a do filme. (Depoimento editado, Walter Rodrigues, 22/04/2013).

Walter Rodrigues fala também que uma coleção não pode ser hermética, como se estivesse repetindo o figurino do filme. O designer deve compreender e decodificar esse figurino para a atualidade, para os materiais disponíveis no mercado, respeitando o estilo do criador.

Considerações Finais

No decorrer deste artigo foram levantadas algumas questões acerca da relação simbiótica entre o design e o cinema, sobretudo tocante ao design de moda. Em todos os aspectos de interação entre design e cinema, a contribuição do último para o desenvolvimento do primeiro foi o que mais se procurou entender na pesquisa, sobretudo, no tocante à criação de um produto de moda. Desde o seu surgimento, no final do século XIX, o cinema tem fornecido uma extensa variável de elementos para o desenvolvimento de artefatos híbridos.

Além das atrizes e de seus figurinos admiráveis, o cinema ainda fornece, através do design de produção e da concepção visual do filme, elementos projetuais para a criação de um produto. A escolha do cenário, os objetos utilizados, os efeitos visuais, e a construção da paisagem ideal, além de

contribuírem para a narrativa visual do filme, constituem-se como fonte primária de pesquisa do designer de moda que tece sua coleção imersa numa película.

Por fim, acredita-se que mesmo dentro da subjetivação do desenvolvimento de uma coleção de moda, há vários aspectos comuns que estão presentes em coleções cujo tema é o cinema, um filme, um artista ou personagem. A aproximação de trabalhos como do designer de moda Walter Rodrigues, bem como a análise de imagens dos desfiles, ajudam a entender qual o ponto de partida de um designer que pretende desenvolver uma coleção de moda referenciada no cinema.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAPTISTA, Mauro. *A pesquisa sobre design e cinema: o design de produção*. Galaxia (PUC/SP), v. 15, p. 1/15, 2008. Disponível em: <http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/1498/0>. Acesso em: 03.jun.12.
- BRAGA, João. PRADO, Luís André. *História da Moda Brasileira*. 2ª. ed. São Paulo: Disal, 2011.
- JOORY, Eva. *O Artesão da Noite*. In: RODRIGUES, Walter. *Coleção Moda Brasileira*. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- JONES, Jenkyn Sue. *Fashion Design: manual do estilista*. São Paulo: Cosac Naify, 2011.
- LIPOVETSKY, Gilles. *O Império do Efêmero: a moda e seu destino na sociedade moderna*. São Paulo: Cia. das Letras, 2009.
- MERLO, Márcia e NAVALON, Eloize. *Processos Projetuais para criação em design de moda: pesquisas teóricas e referenciais*. 2010. Disponível em: <http://blogs.anhembibr.com/congressodesign/anais/processos-projetuais-para-a-criacao-em-design-de-moda-pesquisas-teoricas-e-referenciais/>. Acesso em: 10 jan. 2014.
- MORIN, Edgar. *O cinema ou o homem imaginário*. Lisboa: Moraes Editores, 1970.
- RECH, Sandra. *Moda por um fio de qualidade*. Santa Catarina: UDESC, 2002.
- REGEN, Adriana. *Alta-costura e cinema: o papel da estrela no roteiro da moda*. Dissertação de Mestrado. SENAC, São Paulo, 2007.
- RENFREW, Elinor e RENFREW, Colin. *Fundamentos de Design de Moda 4 – Desenvolvendo uma coleção*. Porto Alegre: Bookman, 2011.
- TREPTOW, Doris. *Inventando moda: planejamento da coleção*. 4ed. Brusque: Brusque, 2003