

CENOGRRAFIA EM DESFILE DE MODAS - CONCEITOS E SENSações DA ESTAÇÃO: UM ESTUDO DE CASO SOBRE O PROJETO INTEGRADOR “TENDÊNCIA E ESTILO”

Autores

Débora Priscila Lucia Jovino de Freitas¹

Pedro Henrique Cunha Gonçalves da Silva²

Ana Lúcia Magalhães³

Camila Ferreira de Oliveira Rocha⁴

Resumo

Este artigo tem como objetivo estudar e analisar o espaço cenográfico de um evento por meio de estudo de caso e a partir da cenografia. Em outras palavras, saber como a cenografia pode influenciar em um evento de moda. Foi escolhida essa unidade de análise devido à importância desse foco em eventos, tanto na área de moda quanto naqueles em que a área cenográfica seja relevante. Optou-se pelo método estudo de caso devido à pretensão de explorar aspectos da cenografia do projeto integrador Tendências e Estilos, ou seja, não se pretende generalizar o uso. Para isto, foi realizado um evento que incluiu um desfile de modas para análise da cenografia com exploração dos detalhes dos figurinos de cada modelo, com estudo da influência no estilo individual. O evento foi realizado pelos organizadores do Projeto Integrador para alunos do Curso Superior de Tecnologia em Eventos da Fatec Cruzeiro e público externo limitado. O desfile foi exibido por modelos de loja para mostrar as tendências usadas no dia-a-dia em suas coleções de outono-inverno de 2021, tendo como beneficiários não apenas os donos das lojas com suas peças, mas o público, que foi informado sobre as tendências do ano. O trabalho tem a intenção de fornecer uma ideia do que seja a moda. Espera-se que a partir deste artigo se possa compreender melhor o espaço cenográfico em eventos e quanto a organização do espaço físico impacta no desempenho de cada evento.

Palavras-chave: Eventos. Cenografia. Desfile de Moda.

SCENOGRAPHY IN A FASHION SHOW - CONCEPTS AND SENSATIONS OF THE SEASON: A CASE STUDY ON THE INTEGRATING PROJECT “TENDENCE AND STYLE”

Abstract

This article aims to study and analyze the scenographic space of an event, through a case study and from a base focused on the middle of the scenography. This unit of analysis was chosen due to the importance it has in the middle of the event, both a fashion event and any event due to the scenic area. A scientific method used in the case study, since it is intended to explore aspects of the scenography of the project integrating trends and Styles. For this, an event about parade will be held to analyze the scenography in the fashion world, exploring every detail of the pieces of the costumes of each model, which may influence the style of each person. Being carried out by project organizers, for students of the Higher Course in Technology in Events and the limited audience from outside. The fashion show will be exhibiting by store models showing their fall and winter 2021 collections the trends that will be used in day-to-day, having a benefit not only for store owners with their pieces but bringing the trends of year benefiting both sides and having an idea about the fashions. It is hoped that from this article, we can better understand what the scenographic space of the event means and how important is the organization of the physical space within the event.

Keywords: Events. Scenography. Fashion show.

¹ Graduada no Curso Superior de Tecnologia em Eventos da Faculdade de Tecnologia do Estado de São Paulo – Fatec – Prof. Waldomiro May. E-mail: contato@fateccruzeiro.edu.br

² Graduado no Curso Superior de Tecnologia em Eventos da Faculdade de Tecnologia do Estado de São Paulo – Fatec – Prof. Waldomiro May. E-mail: contato@fateccruzeiro.edu.br

³ Pós-doutorado em Retórica e Argumentação pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP e líder do Grupo de Pesquisa “Estudos Retóricos e Argumentativos” na PUC-SP. E-mail: almchle@gmail.com

⁴ Mestrado em andamento em Desenvolvimento e Tecnologias Sociais na Universidade Federal de Itajubá – UNIFEI e docente na Faculdade de Tecnologia do Estado de São Paulo – FATEC Cruzeiro. E-mail: camila.rocha3@fatec.sp.gov.br

Introdução

Cenografia, arte e técnica de conceber e realizar espaços cênicos enquanto manifestação criativa, é parceira indissociável da narrativa teatral, remontando à Grécia Antiga. O termo segundo Moura (1999), deriva do latim cenografia, que, por sua vez, tem origem no grego *skenographie*, composição de *skené*, cena e *graphein*, escrever, desenhar, pintar, colorir.

Dessa forma, cores, músicas, espaço e ambiente combinam muito bem, pois espaços vazios em áreas cenográficas deixam de transmitir. De acordo com Isaac Newton (2003), as cores têm seus significados em espaços tanto públicos quanto privados. O mesmo acontece com som e iluminação. De acordo com Heller (2012), as cores são capazes de proporcionar efeitos contraditórios, considerando que diversos aspectos podem influenciar de forma positiva ou negativa em espaços. As cores também têm o poder de alterar o humor das pessoas, contribuindo para o bem-estar ou mal-estar, a depender do indivíduo e da ocasião. Cores muito claras e próximas, por exemplo, podem provocar mal-estar ou o contrário, conforme mencionado, dependendo da pessoa e da ocasião. A partir dessas informações iniciais, surgiram algumas questões: quais elementos se deve considerar para a cenografia de um evento e quais os observados na unidade de análise? Existem critérios de custo para a escolha dos elementos cenográficos? Quais as consequências de não se cuidar da cenografia em um desfile de moda

Com base nas questões percebeu-se a necessidade de se estudar o espaço cenográfico, as cores, as luzes, o ambiente e o som e verificar a melhor forma de transmitir sentimentos ruins ou bons, alegres ou tristes. O trabalho consiste em uma avaliação simples, mas que levou em consideração as pessoas participantes do evento. Como mencionado, cada indivíduo reage de forma diferente à cenografia, e isso ocorre de acordo com as características pessoais, como vive, a sua cultura, sua visão de mundo ou o seu costume.

É bom lembrar que esses dados têm um significado universal. Então quando for abordado é preciso que se tenha cautela em relação ao tema, é importante haver algum conhecimento prévio do público, no caso o público atingido.

Assim, há uma análise de cores, estilo e espaços, fatores que definem a cenografia. Estilo entendido como característica muito complexa, e seu estudo deve detectar as linhas gerais das preferências dos cenógrafos que, por sua vez, procuram captar o interesse do público.

Conforme mencionado, a metodologia é um estudo de caso e escolheu-se, para compor a teoria: Hansen e Morelli (2012) para fundamentar conceitos sobre a moda; Cohen (2007), sobre cenografia e Urssis (2006) sobre elementos cenográficos; Forte (2017), sobre espaços; Heller (2017) sobre cor e Paro (2016), sobre som. Acredita-se que esses autores compõem uma visão sobre a cenografia e a moda.

1. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Considerando a necessidade de se entender sobre o assunto, estabeleceu-se uma estrutura teórica, a começar com informações sobre eventos em geral e, especificamente, sobre desfile de moda, foco do trabalho. Em seguida, explica-se sobre cenografia por entender que o assunto é pertinente.

1.1 Eventos – Desfile de Moda

Abordar o tema Eventos é importante em diversos conceitos já que é um assunto amplo e abrangente. Para efeito deste artigo o foco é desfile de modas, assim o texto limita-se a ele. O desfile de modas é um evento realizado por estilistas para com finalidade de mostrar sua linha de roupas e/ou acessórios durante a Semana da Moda. Normalmente os desfiles de moda são lançados a cada estação.

No Brasil existem, definidas em calendário, quatro estações (Brasil Escola⁵): primavera, que tem início em 21 de setembro; verão, com início em 21 de dezembro; outono, com início em 21 de março e inverno, com início em 21 de junho.⁶ Na prática, no Brasil e particularmente no mundo da moda, praticamente existem duas estações, assim, costumam ocorrer dois desfiles: Primavera/Verão e Outono/Inverno.

O objetivo do desfile é mostrar a ideia dos estilistas evidenciando seu trabalho como cores escolhidas para cada estação, tecidos, comprimento das saias, formato das mangas, tamanho dos decotes e outros detalhes que só o olhar de especialistas consegue captar.

Uma pesquisa teórica é relevante para qualquer evento a ser realizado, pois mostra informações que os participantes não conhecem sobre o assunto. Normalmente, o desfile de moda é a primeira ação das campanhas de lançamento de coleções das principais marcas e criadores de moda nacionais, internacionais e globais.

Segundo Hansen. *et al* (2012), o mundo da moda é anterior à revolução industrial e teve impulso no século XVIII. Foi considerado antes mesmo da utilização da empresa, e ainda no século XIX, como muitos costureiros utilizavam manequins vivas para mostrar suas peças a seus clientes, a evolução da moda e dos desfiles sempre andou lado a lado com o desenvolvimento da alta-costura e inovação. O desfile, ao longo do tempo, foi adquirindo um papel fundamental no mundo na moda, considerando que tem o objetivo de trazer modelos vestidas com as próprias coleções em uma passarela para apresentar as coleções de roupas e acessórios.

⁵ <https://brasilescola.uol.com.br/geografia/estacoes-ano.htm> (acesso em 20 de outubro de 2021)

⁶ <https://brasilescola.uol.com.br/geografia/estacoes-ano.htm> (acesso em 20 de outubro de 2021)

Hansen e Morelli mostram que, após 1914, os estilistas tiveram um aumento muito grande nas demandas internacionais: as coleções foram apresentadas para seus compradores profissionais e aos seus clientes particulares após algum tempo. Assim, a partir dos desfiles, os representantes escolhiam modelos e compravam suas licenças para uma possível adaptação em seus países. Desfiles grandes já eram produzidos na época de 1920 - o primeiro salão de moda foi elaborado nessa época com desfiles e apresentando, no mínimo 75 trajes cada. De acordo com Hansen e Morelli:

Ainda sobre a década de 1930, Duggan (2002) destaca Elsa Schiaparelli, costureira italiana sediada em Paris, como a precursora dos desfiles temáticos contemporâneos. Já de 1950 em diante, os desfiles de moda começam a ganhar mais ritmo, como Evans (2002) observa nas apresentações realizadas por Mary Quant, jovem estilista inglesa da época (HANSEN *et al.*, 2012, p. 85)

O mesmo autor, no ano de 1955, afirmou que "Mary Quant embalou o desfile de sua coleção ao som de jazz, num ritmo acelerado, que foram exibidos cerca de quarenta trajes em catorze minutos, uma grande modificação em relação ao padrão adotado até então." (HANSEN *et al.*, 2012, Online). Isso mostra que em um evento dessa natureza, o ritmo das modelos tem que estar de acordo com a música ambiente e também com o ritmo da música, se for o caso.

Houve outros marcos no mundo na moda como o de 1970, que se transformou em um verdadeiro *show business*, mas nesses eventos há diferença: foram exigidas personalidades para atrair público e a presença da imprensa com finalidade de vender produtos. Para que as peças fossem vistas e vendidas com sucesso, foram utilizados profissionais para que nada acontecesse de errado, e assim o evento pudesse ter um destaque maior.

Em um evento de moda, o Marketing é essencial para que haja divulgação ou comunicados, e grande parte desse processo das empresas faz aumentar a demanda de vendas e suas estabilizações no mercado. Ao mesmo tempo, proporciona que várias pessoas de diversos lugares e mesmas afinidades se encontrem

Hansen (2012) reforça que o marketing interfere diretamente nos eventos de moda, na produção de lucros efetivos, sejam de curto, médio ou longo prazo e atingem o público-alvo com uma aproximação com o cliente. Dessa forma, age em uma ampla parcela de clientes e faz com que a imagem seja melhorada.

1.2 Linguagem Cenográfica no Tempo

Conforme mencionado, de acordo com a obra "Cenografia Além do Teatro" (COHEN, 2007), a cenografia enquanto manifestação criativa é parceira indissociável da narrativa teatral, remontando à Grécia Antiga. A cenografia produzida a partir de imagens é apreendida pelo público, ou seja, é:

A relação entre os diferentes elementos de um projeto cenográfico estabelece uma urdidura – de conteúdos e significados – a ser comunicada e compartilhada com a audiência, e cuja recepção, que implica numa atribuição de sentido e valor, vem a ser, no entanto, absolutamente particular. (COHEN, 2007, p. 16)

Cohen (2007) afirma ainda que a cenografia, na qualidade de expressão artística cultural, é pouco provável historicamente a partir do ano 2000. O sentido que a prática cenográfica tem hoje é bastante distinto de sua origem em razão das grandes transformações sociais, econômicas e tecnológicas.

A cenografia é parte importante do espetáculo, pois ambienta e ilustra o espaço/tempo materializando o imaginário e aproximando o público da representação. Ela cria e transforma o espaço cênico. Chama-se espaço cênico ao conjunto de espaços que compreende o jogo dos atores e a área reservada aos espectadores. Aliar a representação a um conjunto de princípios icônicos permite que o espectador faça, para além de uma leitura da ação, uma interpretação do sentido e propósito presente nessa criação, ensina Cohen.

Ainda de acordo com Cohen (2007), a partir da consolidação da cultura de consumo, a cenografia, até então circunscrita aos palcos, foi ‘descoberta’ pelo mercado produtor comercial. A linguagem cenográfica adquiriu nova direção com as novas áreas de atuação como: exposições, cinema, televisão, desfiles, feiras e eventos institucionais, por exemplo. Além de ser reconhecida como linguagem artística, a cenografia é também reconhecida como uma ferramenta, cujo *know-how* pode ser utilizado na comunicação simbólica de mensagens de conceito, lazer e cultura ou ainda, de estados de prazer.

1.3 Instrumentos Cênicos

Os instrumentos cênicos elencados para este trabalho são: a iluminação, o espaço, o som e a cor. Para complementar, estabeleceu-se um subitem que comenta sobre projeto e produção cenográfica, com finalidade de discriminar de que forma é possível juntar os elementos cênicos em um evento.

1.3.1 Iluminação

Para Urssis (2006), os instrumentos cênicos abrangem todas as habilidades práticas e criativas voltadas à cenografia que fornece aos projetos requisitos fundamentais perceptíveis de projeto e tecnológicos para os espaços em arquitetura, mostras e exposições, palco e espetáculo.

O conhecimento necessário adquirido nas práticas cênicas para uma diversidade de produções. Estes módulos serão desenvolvidos em aulas com variedade de meios, pesquisas e leituras de textos geradores, visita às oficinas cênicas e espetáculos da temporada. (URSSIS, 2006, p.107).

O uso de fontes de iluminação tais como holofotes de teatro, suas funções e status, o claro ou escuro e também a teoria e psicologia da cor e suas temperaturas, seus princípios estruturais e ambientais, a má qualidade de luz interferem na qualidade do evento e a luz precisa estar adequada para não sair do contexto e fazer com que seja visto de forma positiva. A luz em um desfile de moda precisa ser bem clara e nítida para que os clientes possam observar todos os detalhes das peças e acessórios mostrados.

A arquitetura tem a função de evidenciar a qualidade especial do projeto, a estrutura no espaço. Assim, forma e estilo trazem certa luz definindo e animando o espaço com uma construção dramática e uma montagem com iluminação adequada ao projeto.

Um cenário precisa ser bem estruturado para oferecer visão ampla espacial, sensorial e pictórica. No século XX, os cenários passaram a ser baseados na percepção das correntes contemporâneas. Para Urssis (2006), a criação, na qual a percepção se estrutura em primeiras ideias como cenas em sequências gráficas de duas dimensões, sempre evoluíram em um projeto a partir das três dimensões ator/tempo/ espaço.

Definir o instrumental cenográfico compreende o instante de reflexão necessário para que sejam elucidados não só as questões Pertinentes ao teatro e à construção do espaço cênico, mas também as Necessidades da prática cenográfica mediante os novos meios contemporâneos, como o cinema e a televisão. (URSSIS, 2006, p. 76)

De acordo com Forte (2017), a iluminação é, talvez, o meio mais eficaz para revelar, dissimular ou alterar o espaço cenográfico apresentado ao público, pois mostra uma visão melhorada daquilo que o autor quer transmitir para o público, por meio da sua direção, intensidade e cor: é capaz de criar ou eliminar contrastes de luz e sombra, que consequentemente permitem criar ilusões de dimensão. A cor pode ser manipulada por meio da luz e ainda melhorar, distorcer ou reduzir as cores de um espaço cenográfico ou dos outros elementos que o compõem.

1.3.2 Espaço

Forte (2017) afirma que o espaço cenográfico pode ser pensado como um cubo oco a ser organizado e modificado de diferentes maneiras. Alguns elementos cenográficos se identificam como os componentes limitantes ou delineadores do espaço e outros podem evidenciar seus participantes, enquanto outros ainda, podem ser os elementos que promovem a circulação dentro do espaço.

Tal como a linha, a forma e o espaço podem ser utilizados para afetar a maneira como o público absorve o espaço cenográfico, o volume que habita esse espaço cenográfico, reflete-se no lugar que ocupa e na interação que

De acordo com Urssis (2006), a fenomenologia do espaço abrange questões relativas ao diálogo dos planos e ambientes. com o uso dos espaços dos teatros também como espaço cênico e definido em função de uma encenação teatral. Ele é o espaço próprio aos atores. Ao ser definido, o espaço cênico deverá conter todos os itens necessários para o desenvolvimento do espetáculo: a boca de cena, o prosccênio, as coxias etc. Os espaços físico, urbano e de exibição são decididos como uma referência para estruturas dos projetos.

A definição do conceito de espaço que a qualidade cênica da superfície e ambiente que se encontra no espaço se quer utilizar é chamado de espaço geométrico, ou seja, é a distância entre os objetos existentes ou possíveis, de extensão abstrata. A sequência do espetáculo tem a medida do tempo real e da trajetória de uma ação de narrativa ou de uma proposta conceitual que determina um trajeto com um início a uma conclusão. Ainda conforme Urssis (2006), o lugar é como um conjunto de elementos que coexistem dentro de certa ordem que pode ser de caráter identificador, relacional e histórico

O espaço possui formas e estruturas abstratas, relações e ressonâncias, lugares e perímetros que consistem em espaço/lugar e posição com especificações apropriados à escolha. O corpo e a estrutura têm as considerações físicas e temporais com texto cênico. Anotações no espaço trazem um local virtual ou escala e assim o espaço cria uma tensão que consiste no equilíbrio, repetição, ritmo e olhar com um projeto contemporâneo no espaço

Mas para Santini (2018), o espaço é um elemento comum entre a cenografia, as artes plásticas e a arquitetura. Sua compreensão, seu desenho, ocupação, composição, cor e iluminação integram o processo de criação do cenário. A cenografia teatral trata as visualidades, o argumento, a presença, o ator, o lugar, a recepção e o espectador.

Por isso, Forte (2007) considera que a forma e o espaço estão intrinsecamente relacionados e são frequentemente tratados em conjunto como um único elemento – o volume. Considerando que a linha possui apenas duas dimensões: sentido e comprimento, o volume, por outro lado, possui três dimensões que identificam a forma – quadrada, redonda, oblíqua – e o espaço – altura, largura e comprimento.

1.3.3 Cor

Cor é o elemento que move o estilo do evento: uma coloração de acordo com o tema do evento costuma acrescentar mais vida e visão do que uma simples decoração: um evento em que o foco principal seja a moda feminina, por exemplo, costuma utilizar-se, normalmente, de uma paleta de cor rosa.

Conforme Heller, cada cor tem um significado e muitas delas podem ser marcantes em um evento, como por exemplo, o branco, que simboliza paz e traz energia positiva quando a decoração é feita de forma agradável. No caso de o evento pretendido ser rosa, que tem relação com a moda feminina, a cor empresta um ar feminino forte mesmo com muitas alterações em significações diferentes.

Cada cor tem um estilo diferente de atuação, que depende da ocasião, o vermelho pode representar algo erótico ou brutal, nobre ou vulgar. Igualmente o verde que pode representar de modo venenoso ou calmante. O amarelo com efeito caloroso e irritante, o azul com significado frio. Tudo depende de qual tipo é a ocasião. (HELLER, 2012, p. 22)

Ainda conforme Heller (2012), a cor rosa tem um aspecto feminino junto com a cor vermelha, que costuma deixar a mulher ainda mais feminina. O rosa associado ao branco mostra uma cor mais infantil. “Não existe cor destituída de significado. A impressão causada para cada cor é determinada para seu contexto”. (HELLER, 2012⁷)

Heller aponta que cada cor tem seu significado, conforme a tabela a seguir:

Tabela 1: Cores e seus significados

VERMELHO	Paixão, Coragem, Força, Fortuna, Motivação, Fama
ROSA	Amor, Doçura, Felicidade, Elevação, Ternura, Sedução
LARANJA	Entusiasmo, Exuberância, Graça, Interação, Alegria, Fascinação
VERDE	Harmonia, Recomeços, Saúde, Natureza, Crescimento, Prosperidade
AMARELO	Otimismo, Foco, Comunicação, Inspiração, Fidelidade
OURO	Riqueza, Luxo, Abundância, Influência, Sabedoria
AZUL	Imaginação, Calma, Serenidade, Relaxamento, Compaixão
VIOLETA	Paz, Intuição, Devação, Respeito, Espiritualidade, Consciência
MARROM	Praticidade, Paciência, Sólido, Diligência, Confiabilidade
PRETO	Elegância, Proteção, Inteligência, Sofisticação, Força, Astúcia
BRANCO	Pureza, Inocência, Fé, Benevolência, Honestidade, Graça

Fonte: <https://pin.it/1KznuNG>

Além da paleta de cores de Heller, é preciso lembrar que a cada ano as tendências de moda se modificam, porém as estações outono/inverno costumam manter algumas cores clássicas: o rosa, o marrom, e as cores neutras, como o cinza e o preto. Conforme o Fashion Color Trend Report⁸, bússola para conhecer as tendências de cores mais importantes de cada estação, o outono-inverno/2021 incentivam a expressão pessoal e mostram algumas cores

⁷ <https://lelivros.love/book/baixar-livro-a-psicologia-das-cores-eva-heller-em-pdf-epub-e-mobi-ou-ler-online/> (acesso em 12/11/2020)

⁸ <https://followthecolours.com.br/style/pantone-tendencias-cores-outono-inverno-2021-2022/>, acesso em 10/nov/2021.

associadas à calma, cura, esperança e alegria, assim, conforme Heller, o laranja, que indica alegria, entre outras características está presente; o azul, que expressa calma e serenidade; o verde, associado à saúde, portanto, à cura; o amarelo, ligado ao otimismo e o vermelho, associado ao dinamismo dos dias atuais.

1.3.4 Som

O som ambiente, no caso a música que toca antes do início do evento ou em meio a ele, precisa estar de acordo com a temática do evento. Um evento voltado à área do rock, por exemplo, obrigatoriamente terá músicas de rock no ambiente para que esteja de acordo com a proposta. No caso do evento voltado à moda feminina, as músicas ou o ambiente devem refletir o que é mostrado nas passarelas, porque se for diferente, pode causar um estranhamento com músicas diferentes do tema.

A música também se configura como uma das características que mais entretém o público antes do início. Imagine-se um evento em silêncio e todos aguardando? Seria bastante desagradável, então uma das melhores maneiras de deixar o público mais confiante e tranquilo é com o uso de músicas apropriadas. De acordo com Paro (2016), o som e um roteiro audiovisual são analisados a partir de suas características sonoras e auditivas. É preciso se analisar as principais funções do som em relação às performances.

Efeitos sonoros e de música são sempre grafados em maiúsculas. Não exagere nos efeitos. O último passo no processo de produção de filmes é colocar a música e os efeitos sonoros. O filme está fechado, isto é, a pista de imagens não pode ser mudada ou alterada. Os editores correm todo o roteiro procurando deixas de músicas e de efeitos sonoros, e você pode usá-los colocando as referências a música e efeitos sonoros em maiúsculas. (FIELD, 2001, p. 121).

O som faz parte da área musical também, e leva em conta que pode causar muitos efeitos nas pessoas, como por exemplo, alegria, tristeza, emoção, saudade e até mesmo ódio. O som tem o poder de revelar uma pessoa e mostrar como de fato é. Pode provocar vários efeitos dependendo da situação em que a pessoa se encontra. No momento em que está presente em um ambiente com um som agitado, muitas vezes desperta raiva, ou tristeza ou alegria, conforme mencionado, depende da situação momentânea.

Som não é apenas algo para divertir ou para conhecer a identidade daqueles que estão no ambiente, mas também tem a finalidade de estimular os objetivos e a vida, como por exemplo na academia, funciona como incentivo ao treino e para que o indivíduo queira se esforçar. Percebe-se que funciona em várias situações da vida.

Pesquisas feitas pela Faculdade de Medicina da USP de Ribeirão Preto (FMRP), no Laboratório de Neurofisiologia clínica do Hospital das Clínicas, comprovam a influência da música sobre as atividades elétricas do cérebro, bem como demonstram forte ligação entre a musicalidade e a linguagem. Portanto, tais estudos mostram que a música pode ser um estímulo que ajuda o cérebro a melhor desenvolver, por exemplo, o domínio da linguagem verbal, visto que a sonorização ativa áreas relacionadas à linguagem. Assim, percebe-se como é importante a música em eventos.

1.4 Projeto e Produção Cenográfica

É necessário um estudo para analisar o local em que ocorrerá um evento para verificar se existem caminhos com acessibilidade a deficientes físicos e pessoas especiais, assim como também é necessário estudar se no local existem saídas de emergência e extintor de incêndio, os espaços para boca de cena, passarela e camarim. É preciso que não haja possibilidade de algo que atrapalhe o desfile, como lugares apertados onde devem ficar as modelos para troca de looks ou mesmo espaços de passarela ou falta de iluminação no camarim.

De acordo com Neufert (1998), em grandes locais de eventos ou construções deve-se ordenar cada grupo nos seus locais e compartimentos, distribuí-los em cada grupo e selecionar a qual grupo cada indivíduo pertence. No caso de um evento, necessita-se de acessibilidade de locomoção.

Ao iniciar a produção de um evento voltado à área de desfile de moda, é necessário procurar sobre o espaço que será produzido e como será produzido, para que não haja erros e todas as pessoas consigam acessar sem grandes necessidades. Conforme já citado, são necessárias rampas para pessoas que utilizam cadeira de rodas para se locomover. Não apenas isso, como também é necessário saber as medidas e o tamanho do local, de cada peça ou conjunto que será utilizado, pois ajuda a manter a organização para que não ocorra qualquer espécie de risco, por exemplo, colocar uma passarela maior que o local em que será executado o evento. Dessa forma, pesquisar sobre o espaço é essencial (NEUFERT, 1998).

A seguir apresenta-se o projeto arquitetônico do Teatro Capitólio Cruzeiro

Figura 1 – Projeto arquitetônico do Teatro Capitólio Cruzeiro



Fonte: Prefeitura de Cruzeiro

O espaço na Figura 1 mostra o projeto arquitetônico do Teatro Capitólio para que o leitor tenha conhecimento do local em que foi realizado o desfile de modas com a área da passarela.

2 METODOLOGIA

A pesquisa utilizada é do tipo descritivo-exploratória e, quanto aos meios utilizou a pesquisa bibliográfica. Adotou-se a estratégia de pesquisa de campo, com questionário semiestruturado, de modo a conhecer as impressões do público a respeito da cenografia e desfile de modas.

A metodologia utilizada foi o estudo de caso e a fundamentação para o trabalho sobre cenografia no desfile de moda baseou-se em uma pesquisa bibliográfica em livros, artigos da internet, periódicos e materiais especializados no assunto.

O estudo de caso, conforme preconiza Yin (2015) toma como unidade de análise o Projeto Integrador “Tendências e Estilo”, desenvolvido durante o 5º semestre do Curso Superior em Eventos. A revisão bibliográfica serviu também como suporte à execução da cenografia do desfile de modas. Conforme comentado, o objetivo é saber de que forma a cenografia pode influenciar em um evento de moda. Para o desenvolvimento do estudo de caso, elaborou-se as seguintes questões de pesquisa:

- Quais os elementos a considerar para a cenografia de um evento e quais os observados na unidade de análise?
- Quais os critérios de custo para a escolha dos elementos cenográficos? Como foram utilizados na unidade de análise?
- Quais as consequências de não se fazer cenografia em um desfile de moda?

A pesquisa foi efetuada com aproximadamente 40 pessoas, das quais 22 eram alunos da Fatec de Cruzeiro e 18 constituíram-se de público externo. A inclusão dos alunos da Fatec deveu-se a que eles são parte importante do público, a quem foi aplicado um questionário com sete perguntas fechadas.

O trabalho tem o objetivo específico de verificar a reação do público sobre a Cenografia em um evento de moda, ou seja, de que forma o espaço som, luz e o projeto influenciam na percepção geral do evento. A proposta da pesquisa é analisar não apenas os conhecimentos dos alunos, mas também sua percepção e sensibilidade em relação ao tema proposto e à ambientação idealizada pelos organizadores. Ao final da execução do evento de moda será realizada uma pesquisa de satisfação.

A proposta foi analisar os conhecimentos do público e verificar se eles conseguem entender o que os organizadores pretendem transmitir.

3 RESULTADOS OBTIDOS

Os resultados foram inferidos com base no comportamento do público a partir do oferecimento a eles de uma experiência (foram espectadores de um desfile de moda). As informações foram obtidas nos questionários distribuídos aos participantes e constituiu no que cada participante considera como importante no seu desenvolvimento, desde cores até o som. O trabalho mostra que o profissional deve analisar de forma detalhada o evento para que ele possa planejar sua ambientação de cores e músicas e a organização do espaço de modo que agrade às pessoas e que traga benefícios.

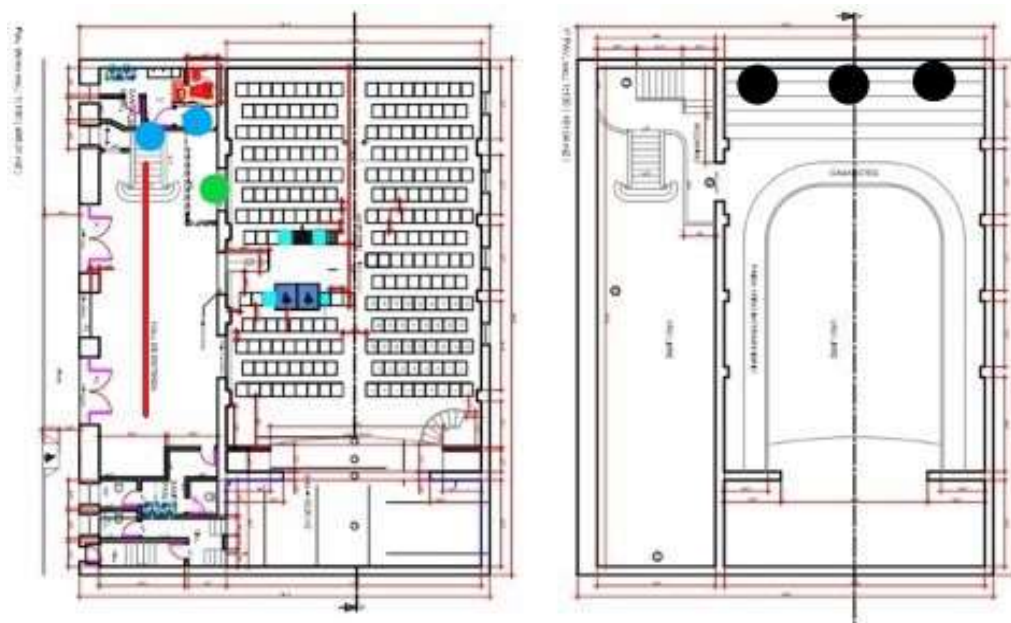
Com os resultados obtidos com o estudo, foram recebidas respostas positivas do público em relação ao tema proposto, e que ofereçam uma contribuição significativa na área de eventos, especialmente na cenografia.

A escolha do Teatro Capitólio de Cruzeiro deveu-se a ele ser um espaço charmoso em termos de construção e, também por ser suficientemente grande para abrigar um desfile de moda. A escadaria de mármore chama a atenção por ser uma das poucas construções existentes feitas de mármore na cidade, o Hall também foi considerado perfeito, porque facilita o acesso das modelos tanto para desfilarem e como para a troca das roupas em curto espaço de tempo entre ida e retorno. O caminho da escada fica exatamente na entrada dos camarins, o que facilita o acesso das modelos e do pessoal da organização.

Em todos os desfiles de modas normalmente é utilizada uma passarela para que as modelos mostrem o produto, ou seja, as exposições dos looks, porém neste foi feito diferente: ao invés de passarelas, o caminho reto, foram escolhidas as escadas para promover mais charme

às modelos. A arquitetura do local contribuiu para a execução do desfile, junto à decoração escolhida.

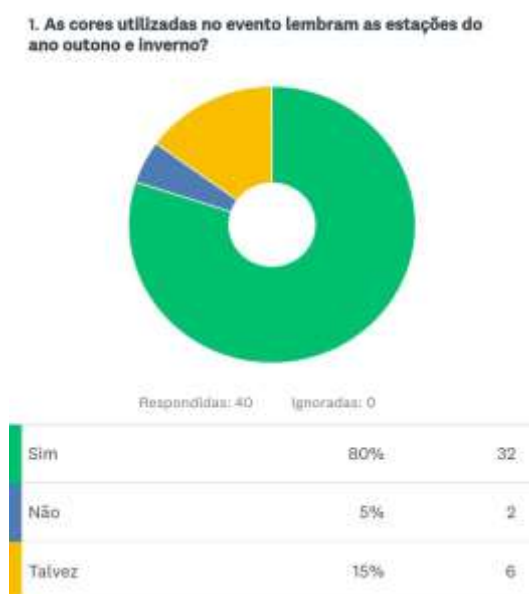
Figura 2: Planta baixa do térreo e mezanino



Fonte: Os autores

O ponto verde indica o local onde as modelos saíam para a exibição dos looks; o ponto azul indica a boca de cena, local onde os modelos iniciavam o desfile, os pontos pretos indicam o camarim das modelos e o traço vermelho, onde foi colocada a passarela para a exibição dos looks. A seguir serão colocados os resultados da pesquisa de campo realizada com as pessoas que assistiram ao desfile da Tendência & Estilo, que ocorreu no espaço do Teatro Capitólio, na cidade de Cruzeiro.

Figura 3: Cores presentes no evento.



Fonte: os autores

De acordo com os resultados obtidos, 80% dos indivíduos pesquisados concordam que as cores presentes no evento lembram a estação outono-inverno, que foi o tema do desfile. Apenas 5% discordaram e 15% responderam que talvez lembrem. Esses resultados reforçam a teoria de Heller, segundo a qual cada cor tem seu significado e tem influência na cenografia: as cores neutras, branco; mármore, preto e bege, o verde da vegetação e o vermelho das cortinas combinam com as cores de Outono-inverno 2021 incentivaram a expressão pessoal e mostraram algumas cores associadas à calma, cura, esperança e alegria, assim, conforme Heller, a proposta do desfile de mostrar glamour, roupas, lojistas e as tendências do outono indicam alegria (vermelho), verde está associado ao crescimento, prosperidade para os lojistas e as cores neutras > preto (elegância e sofisticação), marrom (solidez), mármore (luxo, requinte); o verde, associado à saúde, portanto, à cura. Conforme verificado, a cenografia reforçou o desfile que apresentou essas cores, assim, a pesquisa confirma a teoria apresentada.

Figura 4: Espaço do Evento



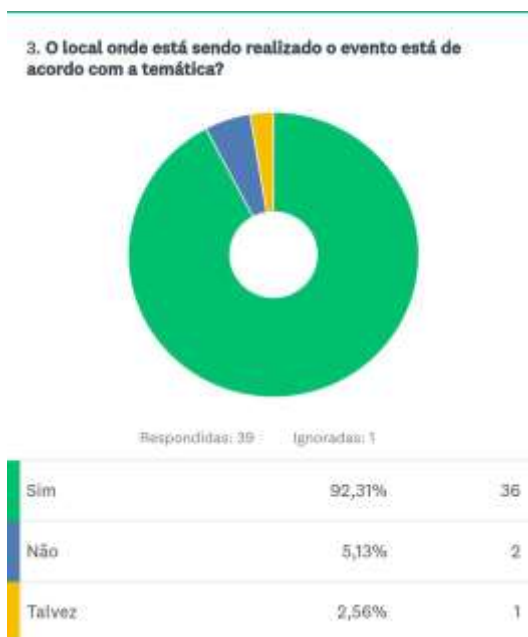
Fonte: os autores

De acordo com a pergunta “Como você avaliaria o espaço do evento de um modo geral?” a avaliação do espaço foi comprovada por 90% das respostas que o consideraram como bom e apenas 10% consideraram regular. Não houve respostas negativas, o que reforça o resultado. A produção do espaço físico é importante ser estudada antes de desenvolver um evento, pois será parte da sua essência. Se não estiver adequado à temática, pode comprometer o esperado.

As respostas à segunda pergunta referentes à avaliação do espaço foram comprovadas por 90% das respostas que o consideraram como bom e apenas 10% consideraram regular. Não houve respostas negativas, o que reforça o resultado. A produção do espaço físico é importante ser estudada antes de desenvolver um evento, pois será parte da sua essência. Se não estiver adequado à temática, pode comprometer o esperado. De acordo com Forte (2017) o espaço

cenográfico se compõe de elementos cenográficos que podem ser limitantes ou delineadores específicos. Conforme verificado pelas respostas, o espaço do desfile não foi limitante, o que é bastante positivo, e, além de tudo, conseguiu delinear de forma correta as pretensões dos organizadores, conforme pode ser observado na figura 4.

Figura 5: Local do Evento



Fonte: os autores

Conforme os dados coletados, 92% das pessoas confirmaram que o evento estava de acordo com a temática, outono/inverno, que sugere um espaço mais elegante e aconchegante, deixando o ambiente agradável e tornando a decoração mais sofisticada, ou seja, grande maioria das pessoas. Apenas 5% confirmaram que a temática não está de acordo com o evento e somente uma pessoa afirmou que talvez estivesse de acordo. A Figura 5 mostra, então, que o local foi bem escolhido e isso evidencia que os organizadores tiveram cuidado na escolha para que o público compreendesse a cenografia, mesmo que não tenha conhecimento técnico ou teórico sobre o assunto. O fato de se preocuparem com a escolha cuidadosa reforça as informações de Urssis (2006), para quem o espaço é capaz de criar equilíbrio, ritmo ou destruir o que se pretende. Dessa forma, reforça-se, com os resultados obtidos, que o espaço do evento está de acordo com a proposta.

Figura 6: Decoração da segunda edição

4. Qual sua impressão estética a respeito da decoração desta 2ª edição?



Respondidas: 40 Ignoradas: 0

Boa	80%	32
Regular	20%	8
Ruim	0%	0

Fonte: os autores

A decoração apresentou um resultado positivo, pois cerca de 80% das pessoas a consideraram boa. Não houve respostas para o item ruim e 20% a avaliaram como regular. De qualquer forma, 20% não é um resultado que possa ser desconsiderado. Talvez o item decoração precisasse de mais cuidado. Não se está, no entanto, afirmando que a decoração estivesse ruim, afinal não houve essa avaliação, mas regular não é um bom resultado também. Acredita-se, assim, que a decoração devesse ter um olhar mais cuidadoso, embora os itens luz, espaço e cor tenham tido uma avaliação positiva.

Figura 7: Decoração



Fonte: Os autores

Figura 8: Elementos



Foram inseridos os elementos: vaso grande feito de taboa com galhos secos, cestinha com arranjo de buchinho artificial com vaso de vime pequeno, tapete longo, na cor marrom

para as modelos desfilarem e o banner do projeto. Os elementos buscam lembrar a estação outono/ inverno, com o propósito de familiarizar o público com a estação escolhida.

Figura 9: Cores, espaço e temática



Fonte: os autores

A figura 9 reforça os resultados apresentados na Figura 5, ou seja, 80% concordaram que as cores estavam de acordo com a estação.

Na figura 9 esse número se repete em relação ao espaço físico, ou seja, 80% concordam que as cores estão de acordo. Interessante notar que, embora as questões sejam diferentes, uma se relaciona à moda outono-inverno e outra se refere às cores utilizadas na cenografia e espaço, os números são semelhantes, o que significa que os respondentes estão atentos às questões. Na Figura 3, 80% concordam que as cores aplicadas ao espaço estão conforme o evento, 15% ficaram em dúvida e 5% não concordaram; na figura 5, 80% concordam, 12,5% não têm certeza e 7,5% estão em desacordo.

Figura 10: Paleta de cores



Fonte: os autores

As cores utilizadas no evento, conforme mostra a paleta, foram escolhidas com o tema outono/inverno e estão de acordo com a teoria de Heller "A cor move o estilo do evento". As cores utilizadas foram o verde, associado à saúde, portanto, à cura e também crescimento, prosperidade para os lojistas e o vermelho, a fama ao dinamismo dos dias atuais. Também foram utilizadas as cores neutras no espaço como o preto ligado à elegância e sofisticação, o marrom como marca sólida, o bege associado ao clássico e o branco mármore ligado ao luxo e requinte.

Figura 11: Desfile e looks



Fonte: Os autores

Os resultados à pergunta se “A cenografia e os figurinos apresentam unidade?” mostram que 85% das pessoas responderam que os figurinos e a cenografia apresentavam unidade, assim, conclui-se que o evento está de acordo com a proposta. Somente 2,5% afirmaram que não está e 12,5% das pessoas afirmaram que talvez estivesse. De acordo com os dados coletados na pesquisa, percebe-se uma aceitação e uma avaliação bastante positiva em relação à escolha das cores para a cenografia, ao espaço e às cores aplicadas às peças escolhidas para o desfile. Houve também uma boa aceitação quanto à decoração, embora os respondentes não tenham realmente costume de participar de eventos dessa natureza. A figura 11 mostra que realmente há unidade entre as cores e o local, a iluminação e a decoração.

De acordo com Paro (2016) a música se encaixa com o evento, pois foi planejado e pensado cuidadosamente dentro da temática do desfile Tendência e Estilo. O item cenografia

com tema outono/inverno que busca produzir sensações de conforto e elegância foram trazidos dois remix suaves de uma hora e meia para que combinasse com a decoração do local com intenção de causar bem-estar no público e familiarização com o clima.

Figura 12: Participações em eventos do tipo.



Fonte: os autores

Os resultados obtidos não fogem ao esperado, considerando que eventos dessa natureza não ocorrem com frequência na região. Na verdade, são bastante raros. Dessa forma, 10% das pessoas afirmam que já participaram várias vezes de eventos dessa natureza, 22,5% das pessoas afirmam que já participaram algumas vezes, e 67,5% das pessoas afirmam que nunca foram a um evento desse tipo, pois nunca tiveram oportunidade. É interessante notar que mesmo com as pessoas não terem o costume de assistir a eventos assim, foram capazes de efetuar uma avaliação criteriosa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo e a pesquisa de campo mostraram, de maneira bastante eficaz a importância da cenografia em um desfile de modas. Conforme constatado, a escolha das cores, do local e do som refletem na aceitação pelo público. Em outras palavras, cada detalhe impacta positiva ou negativamente nos eventos, e não apenas naqueles dessa natureza.

Caso sejam planejados e se o lugar onde são executados está de acordo com o tema abordado, projetam boa impressão no público em geral e naquelas pessoas especializadas. Os diversos autores citados neste artigo reforçam que a cenografia impacta de forma geral, ou seja,

não somente a decoração em si, mas os diferentes enfoques como a luz, som, a ambientação, a cor, pois cada um abarca a "Cenografia" com sua visão. Portanto, há vários parâmetros para o detalhamento de um evento que se faz encantador, à medida que envolve e fascina.

A fundamentação teórica e a pesquisa de campo levaram a responder que os elementos a considerar para a cenografia são o som, as cores, a decoração, sempre em consonância com o tema. A infraestrutura é essencial para um evento: o ambiente precisa estar limpo e agradável para o público, a temática deve ser sempre de acordo pois fugir ao tema pode deixar o público confuso.

Não foi possível responder à questão sobre os critérios de custo para escolha dos elementos cenográficos e como eles foram utilizados na unidade de análise, mas percebeu-se, pelas respostas, que atenderam à expectativa, de maneira geral. Como foi aproveitado o espaço e o que a arquitetura local ofereceu, não foi necessário inserir muitos elementos cenográficos para não poluir a ambientação que já estava de acordo com o esperado para um desfile de outono/inverno, pois o espaço já dispõe da beleza esperada, com cores neutras que continha o tema. Tal aproveitamento promoveu economia, embora não seja possível avaliar o custo, que pode ficar para um próximo trabalho.

À questão sobre quais as consequências de se escolher uma cenografia em desacordo em um desfile de modas, fica implícita. A discordância entre cenografia e tema deixa o público confuso e incomoda. A escolha errada provoca impressões negativas no público e nos parceiros, pois se não houver alinhamento, certamente não vai agradar.

Nesse sentido, compete uma reflexão sobre a abordagem teórica de cada autor e, na medida do necessário, é preciso entender a cenografia antes mesmo de dar início a algum evento. Não é possível criar um evento sem cenografia que, ficou constatado, influencia e impacta positiva ou negativamente no planejado.

REFERÊNCIAS

COHEN, Dominique Raquel. **Cenográfica para além do teatro**. São Paulo: Editora USP, 2007.

FIELD, Syd. **Manual do roteiro**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

FORTE, Joana. **Cenografia: uma trança de muito fios**. Covilhã: 2017.

HANSEN, C. *et al.* **Comunicação de moda**: Um breve olhar sobre o desfile como ferramenta na contemporaneidade. São Paulo: Editora USP, 2007.

HELLER, Eva. **A psicologia das cores**: como as cores afetem a razão e a emoção. São Paulo: Editora G.Gili Ltda., 2012.

NEUFERT Ernst. **Arte de projetar em arquitetura**: princípios normas e prescrições sobre construção, instalação distribuição e programas de necessidade dimensões de edifício, locais e utensílios. São Paulo. Editor Gustavo Gili, S.A, 1998.

PARO, Lana. **Universidade de São Paulo comunicação e artes**, São Paulo: Editora USP, 2016.

RIBEIRO, Jair Lúcio Prado, “**Sobre as cores**” de Isaac Newton – uma tradução comentada, Revista Brasileira de Ensino de Física, vol. 39, nº 4, e4604 (2017)

SANTINI, Isis Lopes. **Diálogos entre a arquitetura e a cenografia**. Curitiba: Editora USP, 2018.

URSSIS, Nelson José. **A linguagem Cenográfica**. São Paulo: Editora Senac, 19ª edição, 2006.

YIN, Robert. **O Estudo de Caso**. Paraná: Contexto, 2015.

Apêndice:

Questão da pesquisa

1-As cores utilizadas no evento lembram as estações do ano outono e inverno?

- ☐ Sim
- ☐ Não
- ☐ Talvez

2 Como você avaliaria o espaço do evento de um modo geral?

- ☐ Bom
- ☐ Regular
- ☐ Ruim

3- O local onde está sendo realizado o evento está de acordo com a temática?

- ☐ Sim
- ☐ Não
- ☐ Talvez

4- Qual sua impressão estética a respeito da decoração desta 2º edição?

- ☐ Boa
- ☐ Regular
- ☐ Ruim

5- Você acha que as cores estão de acordo com a temática e o espaço do evento?

- ☐ Sim
- ☐ Não
- ☐ Talvez

6- Você já participou de evento dessa natureza?

- ☐ Sim, várias vezes
- ☐ Sim, uma vez ou duas vezes
- ☐ não, não tive oportunidade

7- A cenografia e os figurinos apresentam unidade?

- ☐ Sim
- ☐ Não
- ☐ Não sei responder