
Corpo Performático Do Manequim

Elsimar Rosindo Torres

Graduado em Educação Artística – Artes Plásticas, Mestre em Teatro – Faculdades Integradas Espírito Santenses - FAESA

ISSUE DOI: 10.5008/1809.7367.003

RESUMO

Este artigo tem como estudo as apresentações performáticas dos manequins nos desfiles de moda de passarela. Investiga o modelo como fenômeno, revelando os aspectos envolvidos na produção performática, suas ações e manifestações empregadas dentro da estruturação e dos procedimentos para o desenvolvimento da *performance* de passarela. O tema pretende estimular uma análise sobre a manifestação dos corpos dos modelos nos desfiles por meio de suas estratégias, seus modos e processos desenvolvidos e utilizados pelo sistema de moda, como uma forma de expressão que, de maneira ou outra, articula conceitualmente a sociedade.

Palavras-chave: Moda. Manequim. Performance.

ABSTRACT

The performing body of fashion files

This article has, as main issue, presentations involving fashion files with runways focusing the exhibitions and spectacle side. It investigates files as phenomenon, revealing aspects involved in performing productions, resources spent into structuring and procedures or media for performance's development in runway. The work intends to stimulate an analysis about file manifestation across their strategies, their modes, developed processes and used for fashion system as well as an expression way, that anyway articulates the society with concepts.

Keywords: Fashion. Performance. Model.

Corpo performático do manequim

No decorrer do final dos anos 90, as passarelas internacionais de moda recorreram à realização de *shows* que buscavam despertar no público o interesse em assistir a seus eventos de moda. Com a transmissão dos desfiles pela televisão por cabo a milhares de espectadores, criou-se a necessidade de os estilistas e *designers* de moda terem seus nomes e marcas projetados com maior estardalhaço na mídia. Produtores e investidores de marcas famosas propiciaram a realização de eventos de moda. A *performance* dos manequins nas passarelas se constituiu como fator construtivo fundamental para a exibição dos *looks* das diversas coleções de moda.

Nas estruturas dos desfiles de moda incluíram-se, nas suas apresentações de passarela, várias motivações e expressões, como o espaço, o cenário, a luz e a música. Uma principal manifestação participa das apresentações de passarela: o corpo do manequim. Esse corpo pode ser entendido com o “termo” definido no ramo da moda como “modelo”. O universo *fashion* conceitua a essa espécie de modelo como “exemplo de pessoa”, como também conceito de “normas a seguir”. Considerando o teor de escolha e a exclusividade nesses jovens corpos que trafegam na passarela, o modelo se transforma num alvo de referência estética, comportamental e conceitual.

O sentido desse “modelo” também pode estar em exibir algum produto ou idéia, pois, associando ao universo da moda, ele é um tipo de empregado da casa de moda que põe os vestidos para exibi-los à clientela. Baudrillard (1995, p.142) descreve que o “[...] corpo do manequim é objeto [...] funcional [...] para *recriar* o gestual e o natural por meio de um processo de simulação; para falar com propriedade, já não é um corpo, mas uma forma”. Por intermédio da descrição de

Baudrillard, podemos atribuir a significação de “objeto” para o modelo, pois objeto é tudo que se oferece à vista, é matéria, assunto, motivo, alvo, ou seja, um pretexto com uma finalidade. Portanto o corpo do manequim, além de modelo, é objeto.

Enfim, partindo das descrições de Baudrillard (1995), podemos atribuir a esse corpo na passarela a condição de “objeto”, como forma ou idéia que está à disposição de nossos olhares, condicionado a ser “modelo” de exclusividade estética ou conceitual, por determinações de um outro autor, isto é, o produtor de moda, ou de alguém que o colocará à disposição das vontades e dos interesses de um sistema. Desse modo, conforme esses conceitos, o manequim-modelo possui uma função, pois, além de ser corpo, é também uma estrutura condicionada a ser “suporte”, ou seja, aquilo que suporta, sustenta ou assenta alguma coisa, neste caso, roupas ou idéias. Portanto, nesse princípio, o manequim, em sua *performance* no tablado, manipulará ações, simulando gestos ou formas de acordo com os paradigmas do universo da moda. Nesse momento, o manequim-modelo é agente na passarela quando desfila sob nossos olhares, e é objeto nos bastidores, pois estará à “mercê” dos diretores do desfile, isto é, obedecendo aos sistemas performáticos condicionados à sua função.

A carreira profissional de modelo de passarela iniciou-se em torno do século XIX. Estilistas contratavam moças para que desfilassem suas produções para uma clientela seleta. Esses profissionais de moda procuraram criar um tipo de sistema que pudesse dinamizar as apresentações de suas criações. Surgem, nesse período, os chamados desfiles de “parada dos manequins”, ou seja, uma espécie de pequenas mostras somente para uma clientela seleta e interessada em adquirir peças exclusivas dos costureiros. Esses eventos aconteciam nos interiores das casas ou lojas dos criadores (EVANS, 2002). No decorrer do tempo, surgiram novos

profissionais de moda, inclusive da chamada *haute couture* (alta costura) (CALLAN, 2007). Esses novos costureiros optaram por organizar desfiles que pudessem mostrar seus produtos. Contratavam moças que faziam o papel de manequim, isto é, de “molde” humano para ser “suporte” para a modelagem das roupas. Esse mesmo manequim desfilaria, por final, com extrema elegância, apresentando as peças de roupas para os clientes interessados.

O desfile de moda se tornou, assim, uma estratégia para mostrar a uma clientela específica, as criações dos estilistas e *designers* de moda. Esse efeito tomou tamanha dimensão, que foi necessário organizar calendários de mostras, como também locar espaços adequados para o evento. Esses primeiros desfiles se realizavam nos interiores e jardins das casas particulares dos costureiros. Posteriormente, foram locadas lojas. Entretanto, quando os desfiles possuíam princípios performáticos, os profissionais de moda locavam interiores de teatros, ruas, festas, etc.

Atualmente, os desfiles de moda procuram locações alternativas para dinamizar suas apresentações. Muitos desfiles são apresentados em espaços institucionais, públicos e particulares, como museus, hotéis, piscinas, circos, oficinas, supermercados, praias, ruas, metrô, feiras, galerias de artes e outros (EVANS, 2002).

O espaço dos desfiles que conhecemos atualmente iniciou-se em 1910, quando o *Illustrated London News* publicou uma foto de um evento de moda. O registro fotográfico mostrava, numa loja de departamentos de Wanamaker, na Filadélfia, um espaço elaborado com assentos enfileirados em torno de uma “plataforma retangular” elevada, onde os passantes manequins percorriam, mostrando as roupas, entre decorações de colunas e flores, numa espécie de “Teatro da moda” (EVANS, 2002). Portanto esses desfiles possuíam um palco especial (passarela), com

cadeiras enfileiradas em suas laterais, funcionando como uma espécie de espaço de distanciamento entre o público e os manequins-modelo. Na contemporaneidade, não mudou muito, ou seja, os desfiles atuais ainda se comportam nos mesmos formatos dos primeiros, isto é, algo é apresentado em local especializado (passarela ou tablado), para um público (platéia), organizado e locado em cadeiras ou arquibancadas, ao redor ou próximo do acontecimento. Inicialmente, os desfiles de moda possuíam perfil contemplativo. Assim, os convidados ficavam sentados, observando os corpos performáticos dos manequins desfilando e mostrando a coleção do expoente.

Os desfiles de manequins contribuem muito para o mundo da moda. Hoje, são responsáveis por indicar, de antemão, as tendências e os comportamentos das futuras coleções. Os manequins, desde o início dos desfiles, foram, e ainda são, “peças-chaves” para dinamizar os movimentos das peças, como também influenciar no sistema a sua comercialização, pois o corpo do manequim, como modelo, contribui, em parte, para a dinâmica performática da peça de roupa por meio de seu físico.

Baudrillard (1995, p.143) descreve que “[...] o corpo e os objetos constituem uma rede de signos homogêneos que, com base na abstração [...] conseguem permutar as respectivas significações (nisso consiste o seu ‘valor de troca’) e ‘fazer-se valer’ reciprocamente”. Fica evidente que o corpo humano vestido possui maior flexibilidade com as roupas, do que o corpo do “manequim-boneco”, inerte de vitrine, que possui restritamente a função de amparar as peças de roupa. Portanto percebemos, segundo Baudrillard, que os conceitos fundamentais do “modelo vestido” encontram-se no universo da aparência, quando está exposto na passarela, pois ambos, roupa e manequim, possuem um contrato de significações. Assim sendo, cada peça de roupa agrega sinais

de algum conceito, seja objetivo, seja subjetivo, mas, quando estão sobre o corpo, tornam-se um conjunto de trocas de expressão. Ambos, corpo-vestimenta, produzirão novos conjuntos de sinais que identificaremos como identidade coletiva entre receptor (espectador) e demonstrador (modelo). Esses sinais produzidos pelo corpo vestido realizarão o objetivo do desfile: mostrar o conceito e a expressão da coleção.

O modelo é veiculado como o “produto ideal”, o exemplo da “melhor espécie”. Portanto a aparência do modelo vestido pode se transformar em “sistema e produto”. Sistema como processo e produto como finalidade. Como produto, o modelo é veiculado como uma espécie de “objeto” que carrega parte dos conceitos da mostra da coleção, ou seja, o corpo do manequim sustentará, tanto fisicamente como conceitualmente, as questões concretas da coleção. Temos, como exemplo, as coleções de “moda praia”, em que o corpo precisa estar nos parâmetros preferenciais do tipo do produto suposto, pequenos biquínis ou sungas, isto é, é necessário que o corpo seja “malhado” para “valorizar” a comercialização da peça a partir da sua forma física. O corpo elaborado nesse contexto se torna objeto e agente dirigido para um desempenho: ser modelo de sedução e convencimento. “O corpo assim ‘reaproveitado’ torna-se função de objetivos ‘capitalistas’: quer dizer, se se investe é para o levar a frutificar[...]. Por outras palavras: administra-se e regula-se o corpo como patrimônio; manipula-se como um dos múltiplos significantes de estatuto social” (BAUDRILLARD, 1995, p.139).

Como sistema, segundo Baudrillard (1995), o corpo do modelo de passarela precisa apresentar, por meio de expressões, movimentos e comportamentos, os conceitos significadores da coleção. É importante que o manequim saiba claramente sobre o produto que irá mostrar, isto é, público-alvo, gênero, atitude, postura e temáticas da coleção. O modelo precisa ser um indivíduo

dinâmico performático, pois os desfiles atuais cada vez mais se parecem com espetáculos mercadológicos de palco. No século XIX (EVANS, 2002), os desfiles possuíam a função de mostrar as roupas; hoje os espetáculos de passarela são muito mais do que isso. Os desfiles de moda, além de mostrar coleções de vestuários, vendem conceitos comportamentais por meio dos corpos dos modelos.

Os desfiles, atualmente, procuram interpretar as coleções em espécie de minidramas complexos. As *performances* de passarela constituíram-se como forma de roteiros, com personagens, locações alternativas, temas narrativos, cenários e todo o conteúdo híbrido possível, transformando o evento de moda numa espécie de “*megashow*” (DUGGAN, 2002). A produção de moda atual caracterizou o desfile de passarela como um evento espetacular intencionalmente midiático e fundamentalmente mercadológico (LIPOVESTKY, 1999), pois os desfiles de moda, contemporaneamente, utilizam o efeito do evento como suporte de *marketing*. Temos, como exemplo, os últimos exemplares dos editoriais de moda da *Vogue* Paris que descrevem as ações performáticas do estilista da marca Dior, John Galliano. Páginas e mais páginas elevam as criações do profissional da Dior por meio de seus desfiles performáticos. O modelo-manequim está inserido nesse processo contratual e conceitual da comercialização da coleção e dos contextos visuais retratados pelos fotógrafos dos editoriais.

O modelo de passarela se torna o especial “agente” contratado para a realização do desfile, além das sessões de modelagens e experimentações da peça de roupa. O modelo precisa executar, de maneira dinâmica, a expressão gestual na passarela, apresentando a coleção. Se sua *performance* for bem-sucedida, a coleção poderá ter grandes ganhos de venda. Como descreve Harvey (1993, p. 227), toda “[...] essa indústria se especializa na aceleração do tempo de giro por meio da

produção e venda de imagens”. O modelo faz parte desse “sistema publicitário” comercializador de imagens, ou seja, seu corpo se transforma como panfleto de propaganda do produto na passarela. Quando famoso, cria situações de *marketing* para a coleção, enriquecendo a marca por ele apresentada e tornando-se, ironicamente, um ícone semelhante aos atores e apresentadores de televisão, quando vendem produtos vinculados às mídias mercadológicas dos patrocinadores do programa. Quando o manequim se torna reconhecido por méritos instituídos pelos criadores de moda, e pelos meios publicitários, ele se torna um instrumento de mercado de venda de idéias. Dessa forma, tudo que este “ser” modelo simular vestir na passarela influenciará a sociedade consumista de moda, que procurará se retratar semelhante a esse “ser” para não ficar de “fora” dos convívios do sistema da exclusividade da moda.

Não sendo intérpretes profissionais, como os atores e atrizes, podemos atribuir a esses sujeitos-modelos as associações representacionais de *performer* que, segundo Pavis (2003, p. 284-285), é: “[...] aquele que [...] como tal se dirige ao público, ao passo que o ator representa sua personagem [...]. O *performer* realiza uma encenação de seu próprio eu, o ator faz o papel de outro”.

Por vezes, alguns manequins, em especial, podem ser esses *performers*, conforme Pavis (2003) ou seja, podem ser “eles próprios” na passarela, com suas desenvolturas particulares quando desfilam, pois alguns modelos se submetem a se comportar como “tais”, isto é, não obedecem aos cânones de passarela, por exemplo: não rir, não interagir com a platéia ou criar movimentos corporais vulgares. Temos, como exemplo, modelos que fazem gestos que, segundo as agências, não são convencionais do modelo-manequim, ou seja, algumas atravessam a passarela sorrindo, mandando beijinhos, cumprimentando a platéia, fazendo gestos particulares. Afinal, essas são descrições de os atos das *tops*, isto é, Giseles, Cicarelis, Naomis e outras. Em suas exibição de

marketing, essas “*manecas especiais*” possuem uma mínima liberdade para acrescentar um gesto pessoal que se torna fato marcante na sua *performance*.

De acordo com os descritos de Pavis (2003), o *performer* manequim, diferente de um ator, manifesta uma representação de sua própria imagem, ou seja, uma pessoa que se veste adequadamente e possui atributos corporais de causar invejar aos olhos desejosos de um público por onde caminha. Entretanto sempre se depara com esses seres anônimos e se veneram seus corpos e suas atitudes. Por fim, atribui-se a essas pessoas o fato de serem espécies exemplares de beleza e estilo. Justifica-se, assim, uma certa liberdade desses indivíduos em serem como são e saírem com seus ares sedutores sem compromisso.

Saindo das calçadas urbanas e entrando no universo *fashion*, é preciso lembrar que, antes de essas *tops* serem modelos, esses jovens profissionais são pessoas com características semelhantes a um ser humano, ou seja, possuem ações, como andar, correr, comer, beber, etc. Como descreve Schechner (2003, p. 25), os *performers*, no seu dia-a-dia, precisam “[...] ajustar e exercer suas ações de uma vida em relação às circunstâncias pessoais e [...] profissionais”. Por essas circunstâncias profissionais, os manequins de passarela, antes de pisarem o palco como modelo, são criaturas normais no seu grau e gênero. Todavia, quando entram no convívio das agências e participam do circuito da passarela, se transformam em sujeitos programados por profissionais da área, responsáveis pela direção do desfile, para transmitirem, objetivamente, o contrato que lhe é exposto: vender e seduzir por meio da indústria da moda.

O diretor de desfile programa os modelos a partir das questões estilísticas e temáticas da coleção, e um dos requisitos para que aconteça a programação dessa performance está no “caminhar”. As

atitudes do caminhar dos modelos são improvisadas por meio dos “[...] comportamentos duplamente exercidos, comportamentos restaurados, ações performadas”, segundo Schechner (2003, p. 25), que os seres humanos procuram habilitar-se para exercer, repetindo e ensaiando constantemente, a seu “modo”, exercícios repetitivos cotidianos que remodelam e favorecem a *performance* humana. O modelo, nos desfiles formais, concretiza a *performance* restaurada, comportando-se como um indivíduo que caminha sobre um plano, mostrando um conjunto de peças de roupas de tecido. O seu andar e seu gesticular-se expressarão, momentaneamente, a favor do estilo e da desenvoltura da peça mostrada, exercendo a função habitual de manifestar uma caminhada, após se vestir para sair na rua. Conforme Schechner (2003), essa atitude do modelo ao caminhar se restaura, quando sobe na passarela, pois esse sujeito aí não é mais um andante comum; é um caminhante com destreza, pois existe um andar específico do modelo de passarela, e esse andar precisa supor elegância e estilo.

O mínimo que as agências do gênero cobram são posturas e desenvoltura no andar, mas, caso seja necessário, alguns modelos ou agências buscam oficinas cênicas para socorrer no desembaraço das posturas do corpo e de suas expressões, já que os modelos “encaram” a platéia na apresentação de passarela e precisam de uma agilidade física significativa e nítida.

Enfim, o modelo e a vestimenta aparecem como código de transformação na passarela. Eles interagem nas relações entre o sujeito e sua identidade. Nesses sujeitos-modelos, existem um *querer*, um *poder* e um *saber* ficar semelhante aos códigos da moda predestinados pelos agentes produtores dos desfiles. Os modelos compactuam com o corpo e o movimento performático estabelecidos pelos profissionais da área, que, por meio dessas ações, revelam necessidades latentes, artifícios e novas significações desencadeadoras pertencentes ao fenômeno moda.

Radicalmente, essas ações são agentes transformadores sobre o corpo que em sua atuação na passarela, narra, assim, os aspectos fluidos ou imaginários de um comportamento.

REFERÊNCIAS

BAUDRILLARD, Jean. **Da sedução**. São Paulo: Papirus, 2004.

_____. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edição 70, 1995.

CALLAN, Georgina O'Hara. **Enciclopédia da moda: de 1840 à década de 90**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

DUGGAN, Ginger Bregg. **O maior espetáculo da terra: os desfiles de moda contemporâneos e sua relação com a arte performática**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2002.

EVANS, Caroline. **O espetáculo encantado**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2002.

HARVEY, David. **A condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural**. São Paulo: Loyola, 1993.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

PAVIS, Patrice. **Dicionário de teatro**. São Paulo: Perspectiva, 2003.

SCHECHNER, Richard. O que é performance? Estudos da performance. **O Percevejo**, Rio de Janeiro: UNIRIO, n.12, 2003.