



UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR
Departamento de Engenharia Civil e Arquitectura

Arquitectura e Moda Pontos de Contacto e Influências

Cátia Daniela Nogueira de Carvalho

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em
Mestrado Integrado em Arquitectura

Orientador: Prof. Doutor Miguel João Mendes do Amaral Santiago
Co-orientador: Prof. Doutora Maria Madalena Rocha Pereira

Covilhã, Outubro de 2011

Agradecimentos

Um muito obrigada aos meus pais, professores e amigos.

Resumo

Arquitectura e moda são temas à partida distantes e incompatíveis que, contudo, estabelecem uma correlação vívida ao longo do seu percurso histórico.

A dissertação presente objectiva comprovar a relação entre arquitectura e moda numa revisão histórica que incide nos momentos essenciais de contacto entre ambas, formação e desenvolvimento. O paralelismo é estabelecido em momentos distintos, o primeiro dos quais corresponde à situação originária que é coincidente na moda e na arquitectura, apontando as semelhanças e diferenças decorrentes da génese comum.

Num segundo momento é traçado um paralelo ao longo do século XX, século onde as transformações são particularmente fugazes o que se espelha de forma aproximada na moda e na arquitectura que mudam similarmente ao sabor dos tempos.

Numa fase posterior são ainda apresentados exemplos recentes do estreitar da relação moda/arquitectura que é forjada propositadamente no fenómeno contemporâneo da arquitectura corporativa que enfatiza a capacidade comunicativa da arquitectura.

Palavras-chave

Arquitectura, moda, abrigo, arquitectura no século XX, moda do século XX, comunicação visual, arquitectura corporativa.

Abstract

Architecture and fashion are, at the beginning, distant and incompatible themes, however both establish a vivid co-relation along its historical course.

The present dissertation has as an objective, to prove a relation between architecture and fashion, in a historical revision which focuses on essential moments of contact between both, formation and development. The parallelism is established in distinct moments, the first one of which corresponds to the original situation which coincides with fashion and architecture, focusing the similarities and differences arising from the common genesis.

In a second period is traced a parallel along the 20th century, where the transformations are particularly fleeting, what approached fashion and architecture, which changes similarly over time.

In a posterior phase are still shown recent examples of the relation fashion/architecture which is forged purposely in the contemporary phenomenon of corporate architecture which emphasizes the communicative capacity of architecture.

Keywords

Architecture, fashion, shelter, architecture in the 20th century, fashion in the 20th century, visual communication, corporate architecture.

Índice

CAPÍTULO 1

INTRODUÇÃO AO TEMA	1
1.1 - Apresentação do Tema	3
1.2 - Motivação da Escolha	4
1.3 - Metodologia	5
1.4 - Estrutura	6
1.5 - Estado da Arte	7
1.6 - Objectivos	8

CAPÍTULO 2

ENQUADRAMENTO TEÓRICO	9
2.1 - Do Abrigo à Arquitectura e à Moda	11
2.2 - Construção de Espaço	17
2.2.1 - Construir e Vestir o Espaço	20

CAPÍTULO 3

CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA _ MODERNISMO	25
3.1 - Modernismo	27
3.1.1 - Arquitectura Moderna.....	27
3.1.2 - Moda “moderna”.....	29
3.2 - Século XIX, Moda na Arquitectura	31
3.3 - Ornamento e Crime	37
3.4 - Moda Masculina e Moda Feminina	42

3.4.1 - <i>Le Petite Robe Noir</i>	45
CAPÍTULO 4	
CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA _ PÓS-MODERNISMO	49
4.1 - Pós-Modernismo	51
4.1.1 - Arquitectura Pós-Moderna	53
4.1.2 - A Moda nas Décadas de 60 e 70	57
4.2 - Fachada, Estética de Comunicação	61
4.3 - Robert Venturi e Denise Scott Brown Sobre Moda e Arquitectura	63
4.4 - Archigram	67
CAPÍTULO 5	
CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA _ DESCONSTRUTIVISMO	73
5.1 - Desconstrutivismo	75
5.1.1 - Arquitectura Desconstrutivista	76
5.1.2- A Desconstrução na Moda	81
5.2 - <i>Skin + Bones</i> : Práticas Paralelas na Moda e na Arquitectura	86
5.3 - <i>Fluid Design</i>	91
5.3.1 - Dobra	91
5.3.2 - <i>Blobitecture</i>	95
CAPÍTULO 6	
ARQUITECTURA PROMOCIONAL	97
6.1 - Comunicação Visual	99
6.2 - <i>Flagships Stores</i>	102
6.2.1 - <i>New York Prada</i>	105

6.2.1 - Prada <i>Tokyo</i>	109
6.2.2 - Peter Marino para Chanel	113
CAPÍTULO 7	
REFLEXÕES FINAIS	117
BIBLIOGRAFIA	125
Bibliografia Específica	125
Bibliografia Geral	126
Sites Consultados	129
Fontes das imagens	130

Lista de Figuras

Figura 1 - Prada LookBook, Primavera/Verão 2010	1
Figura 2 - Do Ho Suh, "Staircase- Pulitzer Version"	9
Figura 3 - Abrigo primitivo	11
Figura 4 - Pintura rupestre de Cogull	13
Figura 5 - <i>Une Maison - Un Palais</i> , ilustração de Le Corbusier	13
Figura 6 - Filme "Marie Antoinette"	15
Figura 7 - Pintura de Franz Xavier Winterhalter	15
Figura 8 - <i>Russian Doll</i> , de Viktor & Rolf	17
Figura 9 - Museu Judeu, Daniel Libeskind, Berlim	19
Figura 10 - Issey Miyake	20
Figura 11 - Instalação de Do-Ho Suh 2010	23
Figura 12 - Shigeru Ban, <i>Curtain Wall House</i> , Itabashi, Tokyo, Japão	23
Figura 13 - Sapatos de Zaha Hadid para Melissa	23
Figura 14 - Yves Saint Laurent, Vestido Mondrian	25
Figura 15 - Louis Sullivan, <i>The Carson Pirie-Scott Store</i> , Chicago	28
Figura 16 - Adolf Loos, <i>Steiner House</i> , Viena	28
Figura 17 - Le Corbusier, Villa Savoye, Poissy	28
Figura 18 - Frank Lloyd Wright, <i>Guggenheim Museum</i> , New York	28
Figura 19 - Vestidos de Paul Poiret	30
Figura 20 - Moda feminina, anos 20	30
Figura 21 - Moda feminina anos 40	30

Figura 22 - Grace Kelly em “Janela Indiscreta”	30
Figura 23 - Vestido de Henri van der Velde	32
Figura 24 - Frau Salomonsohn com vestido de Henri van der Velde	32
Figura 25 - Josef Hoffmann, vestido de Verão	32
Figura 26 - Josef Hoffmann, vestidos	32
Figura 27 - Louis Sullivan, <i>Carson Pirie Scott Department Store</i>	34
Figura 28 - Louis Sullivan, <i>Carson Pirie Scott Department Store</i>	34
Figura 29 - Louis Sullivan, <i>Carson Pirie Scott Department Store</i>	34
Figura 30 - Sistema <i>Dom-ino</i>	35
Figura 31 - Ilustração de Amédée Ozenfant	38
Figura 32 - Ilustração de “A Arte Decorativa”	40
Figura 33 - Pintura de Ramose e sua esposa na necrópole de Abd el-Sheikh Qurna	42
Figura 34 - Templo de Hera II, Magna Grécia	42
Figura 35 - Templo da Atena Nike, Acrópole de Atenas	42
Figura 36 - Templo de Erécteion, Tribuna das Cariátides, Acrópole de Atenas	42
Figura 37 - Ilustração de Senhorita Mistinguette	44
Figura 38 - Maria Sèthe e Henri Van der Velde	44
Figura 39 - Gabrielle Chanel, “ <i>Le Petite Robe Noire</i> ”	46
Figura 40 - Anúncio para Mercedes Benz, medelo 8/38	46
Figura 41 - Audrey Hepburn e George Peppard em “ <i>Breakfast at Tiffany’s</i> ”	46
Figura 42 - Nils Ole Lund, “ <i>The Fashion of Architecture</i> ”	49
Figura 43 - Robert Venturi, Vanna Venturi House, <i>Philadelphia</i>	54

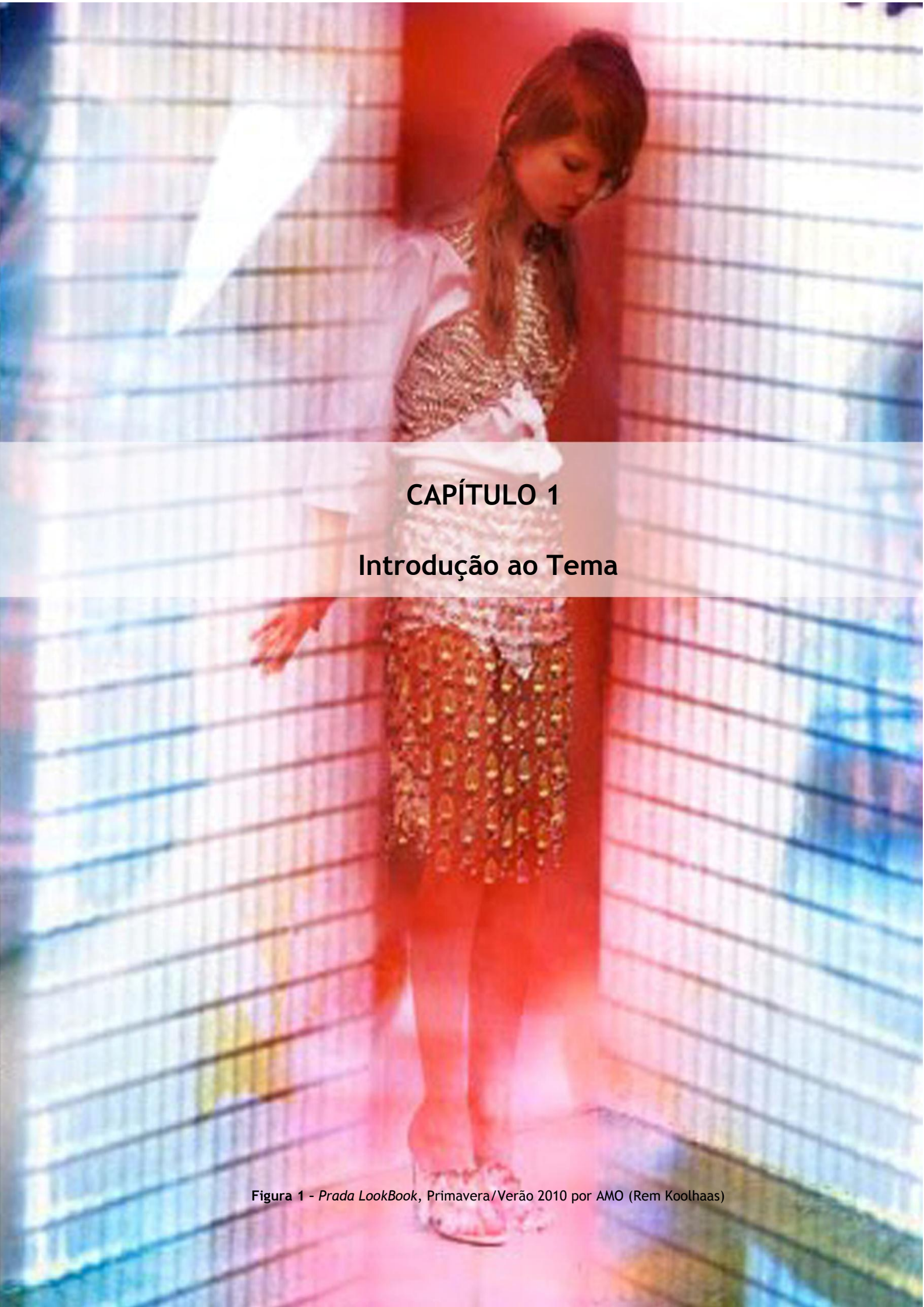
Figura 44 - Louis Kahn, <i>Salk Institute for Biological Studies</i> , California	54
Figura 45 - Charles Moore, <i>Piazzi d'Italia</i> , <i>New Orleans</i>	54
Figura 46 - Aldo Rossi, " <i>Teatro del Mondo</i> "	55
Figura 47 - Mario Botta, <i>Round House</i> , <i>Suíça</i>	54
Figura 48 - Philip Johnson & John Burgee, " <i>AT&T Building</i> ", <i>Madison Avenue</i>	54
Figura 49 - Twiggy com vestido de Mary Quant	58
Figura 50 - André Courrèges, " <i>Space Age Collection</i> "	58
Figura 51 - Modelos dos anos 60, filme " <i>Blow Up</i> "	58
Figura 52 - <i>The Who</i> (banda)	58
Figura 53 - Marlon Brando em " <i>The Wild One</i> "	59
Figura 54 - David Bowie, anos 70	59
Figura 55 - Jimi Hendrix, anos 70	59
Figura 56 - Otto Wagner, <i>Majolikahaus</i> , <i>Viena</i>	62
Figura 57 - Otto Wagner, <i>Postsparkasse</i> , <i>Viena</i>	62
Figura 58 - Robert Venturi e Denise Scott Brown	64
Figura 59 - Archigram, <i>Plug-in City</i>	69
Figura 60 - Archigram, <i>Walking City</i>	69
Figura 61 - Archigram, <i>Instant City</i>	69
Figura 62 - Lucy Orta, " <i>Refuge Wear</i> "	70
Figura 63 - Lucy Orta, " <i>Refuge Wear</i> "	70
Figura 64 - Lucy Orta, " <i>Refuge Wear</i> "	70
Figura 65 - Lucy Orta, " <i>Refuge Wear</i> "	70

Figura 66 - Bart Hess e Lucy McRae, publicação da marca <i>Levi's</i> em Setembro de 2009	73
Figura 67 - Zaha Hadid, Ilustração " <i>The Peak</i> ", Hong Kong	78
Figura 68 - Frank Gehry, Habitação, Santa Mónica, Califórnia	78
Figura 69 - Coop Himmelb (l) au, Viena	80
Figura 70 - Peter Eisenman, Biocentro da Universidade de Frankfurt	80
Figura 71 - Rem Koolhaas, Habitação Multifamiliar e Torre de Observação, Roterdão	80
Figura 72 - Daniel Libeskind, " <i>City Edge</i> ", Berlim	80
Figura 73 - Bernard Tschumi, " <i>Parc de la Villette</i> "	80
Figura 74 - Chloe Webb e Gary Oldman, em " <i>Sid and Nancy</i> "	82
Figura 75 - Vivienne Westwood	82
Figura 76 - Madona na digressão " <i>Blond Ambition World Tour</i> "	82
Figura 77 - Milla Jovovich em " <i>The Fifth Element</i> "	82
Figura 78 - Yohji Yamamoto, colecção Inverno 2012	83
Figura 79 - Rei Kawakubo para Comme des Garçons, colecção Inverno 2012	83
Figura 80 - Martim Margiela, roupas em instalação, <i>Brooklyn Anchorage</i> , NY, 1999	84
Figura 81 - Martim Margiela, roupas em instalação, <i>Brooklyn Anchorage</i> , NY, 1999	84
Figura 82 - Shigeru Ban, " <i>Paper Tubr Shelters</i> "	87
Figura 83 - SANAA, " <i>The 21st Century Museum of Contemporary Art</i> "	87
Figura 84 - Isabel Toledo, " <i>Packing Dress</i> "	87
Figura 85 - Fotomontagem, edifício de Toyo Ito, <i>Tokyo</i> , 2004. Vestido, Yoshiki Hishinuma, " <i>Inside Out 2way Dress</i> "	87
Figura 86 - Junya Watanabe, " <i>Techno Culture Collection</i> "	88

Figura 87 - Frank Gehry, Habitação, Santa Mónica, Califórnia	88
Figura 88 - Martin Margiela, colecção Primavera/Verão 2009	88
Figura 89 - Heatherwick Studio, “ <i>East Beach</i> ”, <i>Littlehampton</i>	89
Figura 90 - Comme des Garçons, “ <i>Dress Meets Body</i> ”	89
Figura 91 - Frank Gehry, Museu <i>Guggenheim</i> , Bilbao	89
Figura 92 - Vivienne Westwood, “ <i>Brown Duchesse Satin Bird of Paradise</i> ”	89
Figura 93 - Arthur Casas, loja <i>Herchcovitch</i> , Tokyo	90
Figura 94 - Herzog & de Meuron, <i>Beijing National Stadium</i> , China	90
Figura 95 - Martim Margiela, Primavera/Verão 2011	90
Figura 96 - Preston Scott Cohen, <i>Tel Aviv Museum of Art</i>	93
Figura 97 - Zaha Hadid, Pavilhão do Egipto na Expo de <i>Shanghai</i>	93
Figura 98 - Rem Koolhaas, Biblioteca em Jussieu, Paris	93
Figura 99 - Issey Miyake, “ <i>Pleats Please</i> ”	94
Figura 100 - Hussein Chalayan, colecção do Outono/Inverno de 2000	94
Figura 101 - Cook e Colin Fournier, “ <i>Kunsthau Graz</i> ”, Austria	96
Figura 102 - Herzog & de Meuron, Allianz Arena, Munique	96
Figura 103 - Future Systems, “ <i>Selfridges Department Store</i> ”	96
Figura 104 - Peter Marino, Chanel Lee Gardens, Hong Kong, China	97
Figura 105 - <i>New York Prada</i>	107
Figura 106 - <i>New York Prada</i>	107
Figura 107 - <i>New York Prada</i>	107
Figura 108 - <i>New York Prada</i>	107

Figura 109 - New York Prada	108
Figura 110 - New York Prada	108
Figura 111 - New York Prada	108
Figura 112 - New York Prada	108
Figura 113 - New York Prada	108
Figura 114 - Prada Tokyo	111
Figura 115 - Prada Tokyo	111
Figura 116 - Prada Tokyo	111
Figura 117 - Prada Tokyo	111
Figura 118 - Prada Tokyo	112
Figura 119 - Prada Tokyo	112
Figura 120 - Prada Tokyo	112
Figura 121 - Prada Tokyo	112
Figura 122 - Prada Tokyo	112
Figura 123 - Prada Tokyo	112
Figura 124 - Chanel Tokyo	115
Figura 125 - Chanel Tokyo	115
Figura 126 - Chanel Tokyo	115
Figura 127 - Chanel Tokyo	115
Figura 128 - Chanel Tokyo	116
Figura 129 - Chanel Tokyo	116
Figura 130 - Chanel Tokyo	116

Figura 131 - Chanel Tokyo	116
Figura 132 - Chanel Central, Hong Kong	116
Figura 133 - Fotografia de Tim Walker, Vogue UK, edição Julho de 2005	117



CAPÍTULO 1

Introdução ao Tema

Figura 1 - Prada LookBook, Primavera/Verão 2010 por AMO (Rem Koolhaas)

1.1 - Apresentação do Tema

Arquitectura e moda são duas áreas que à partida se mostram distintas ou até mesmo opostas; a moda quase sempre entendida como sinónimo pleno do efémero e a arquitectura com a tradicional associação à solidez, à permanência. No entanto as duas realidades, distintas à priori, comungam de um vasto território, e estabelecem contacto através de pontos de saliente importância para ambas. A próxima relação entre moda e arquitectura foi durante muito tempo ignorada por ambas as áreas, apesar de ter sido documentada pela primeira vez há mais de um século, só recentemente começou a ecoar nos trabalhos desenvolvidos pelos profissionais de ambas as disciplinas.

Apesar do crescente interesse pelo tema, a relação entre moda e arquitectura não surge inesperadamente do nada, arquitectura e moda sempre caminharam lado a lado ao longo do tempo, construindo a sua história em paralelo.

Arquitectura e moda devem a sua origem à mesma necessidade, a necessidade básica de abrigo, originalmente arquitectura e moda não são entidades autónomas, ambas são entendidas como uma camada protectora para o corpo humano, camada que se autonomiza transformando-se os abrigos em luxuosas vestes e sublimes manifestações arquitectónicas. As duas disciplinas passam então, a ser privilégio da elite, já não estão à disposição de todos como os originários abrigos e passam a ser diferenciadores sociais, conferindo *status* ao seu escasso número de utentes.

O tempo ecoa de igual modo em arquitectura e moda, o papel de comunicadores é inerente a ambas, é por sua via que nos chega a história, a sucessiva evolução manifesta-se em paralelo, e é constantemente reescrita por ambas, acrescentado sempre páginas a sua próxima relação. Ambas são a expressão de identidade, pessoal, social e cultural. O espaço da moda, tal como o da arquitectura, é omnipresente, existe uma infindável partilha de informação e troca de conhecimentos, por muito avessos a essa relação que possam ser os profissionais de ambas as áreas arquitectura e moda coabitam no mesmo espaço.

A função crucial de ambas é, desde sempre, a criação de espaço, espaço habitável tendo como medida base o homem e como finalidade a satisfação das necessidades humanas, a optimização da qualidade de vida. Para além da partilha na base e finalidade do trabalho a concepção de roupas e edifícios serve-se também das mesmas ferramentas de trabalho, como é o caso da geometria. A geometria é uma disciplina fundamental nas duas áreas, responsável pela criação de formulário e possibilitando a sua manipulação. É, essencialmente, visível na

arquitectura pela solidez dos materiais e um pouco mais discreta na moda, tornando-se invisível quando as peças caem sobre os corpos.

Actualmente, o diálogo entre moda e arquitectura é cada vez mais evidente, sendo isso resultado da grande evolução tecnológica que se vive e se manifesta a cada momento. Os campos de contacto sobre os quais se pretende dedicar este trabalho vêm assim a sua área cada vez mais alargada. O universo da moda torna-se cada vez mais cativante para a arquitectura, a fluidez da moda está cada vez mais presente na arquitectura, a desconstrução das formas aliada ao emprego de novos materiais mais flexíveis são exemplos disso. À semelhança do que se passa na moda, os arquitectos procuram também fundir a “pele e os ossos” das suas construções, criando um todo que engloba a estrutura e a fachada.

Este diálogo mais fluente entre arquitectura e moda é particularmente visível na última década pelo que se pode chamar de arquitectura corporativa, ou arquitectura promocional, a arquitectura tem sido utilizada pelas grandes marcas como estratégia de marketing, que pretendem edifícios icónicos que incorporem e exibam os princípios da marca e a distingam das demais.

A fronteira entre ambas as disciplinas tem sido cada vez mais esbatida o que resulta numa vasta experimentação e na criação de objectos híbridos, o que vem mais uma vez comprovar a existência de influências mútuas.

1.2 - Motivação da Escolha

Apesar de arquitectura e moda serem áreas com um forte contacto, como descrito anteriormente, começando pela necessidade que lhe dá origem, a necessidade de abrigar, de proteger o corpo, e apesar da evolução feita em paralelo, o assunto nunca mereceu grande atenção por parte de historiadores ou profissionais da área. Sendo frequente que a relação seja contestada por arquitectos que desligam as duas áreas julgando a moda pela sua fugacidade e conotando-a com a futilidade.

Em finais do século XIX é feita a primeira análise ao tema mas só na década de 80 é que o diálogo começa a fluir, esta década fica marcada por muitas mudanças sociais e culturais que vieram dissolver as fronteiras entre as várias disciplinas e a promover a possibilidade de diálogo e troca de ideias entre os vários domínios das artes. Este período foi extremamente

fértil para *designes* e arquitectos que deixaram de trabalhar isoladamente, passando a inspirar-se na energia da vida urbana que se manifestou nos mais variados domínios.

A década seguinte, anos 90, fica marcada pela grande evolução tecnológica, o desenvolvimento de programas de desenho auxiliado por computador, vem materializar o diálogo anteriormente estabelecido. As formas cada vez mais complexas e inusitadas tornam-se possíveis.

O estreitamento desta relação é uma mais-valia para ambas as entidades no caso da arquitectura um complemento para o seu carácter multidisciplinar. A troca de conhecimentos aliada à multidisciplinaridade poderá resultar em trabalhos mais livres e completos. A moda é por excelência um mundo de experimentação e liberdade criativa que vai muito além de ditar tendências a cada semestre.

Em todo a tempo a moda tem mostrado uma grande versatilidade e capacidade de adaptação a novas realidades, o que antes era privilégio de um restrito estrato social à muito que se estendeu a todas as classes, moda deixou de se traduzir unicamente em alta-costura, tornou-se mais ágil penetrando em todas as classes sociais absorvendo influências de cada uma delas e sem qualquer preconceito em misturá-las. Na Moda as influências viajam livremente na pirâmide hierárquica, é uma actividade com uma invejável capacidade de penetração em todos os espaços, mesmo nos locais mais problemáticos e difícil acesso para a arquitectura a moda vigora.

A versatilidade e ousadia da moda é um campo de estudo fértil para a arquitectura, para que à semelhança da moda a arquitectura se adapte a todas as alterações sócio-económicas e se torne capaz de tirar partido da sociedade, em oposição a viver só para a elite. É necessário que a arquitectura absorva as capacidades da moda para que não caia na obsolescência tornando-se demasiado lenta, cara e pesada.

1.3 - Metodologia

A metodologia que se pretende utilizar para a elaboração da dissertação tem início na pesquisa e conseqüente recolha de informação bibliográfica à cerca dos conceitos em questão, moda e arquitectura. Numa primeira fase, uma recolha analisando os conceitos isoladamente, e numa segunda fase será feita a recolha bibliográfica visando a recolha de informação que relacione ambos os conceitos.

Após feita uma primeira leitura dos dados recolhidos proceder-se-á à filtragem da informação com vista a seleccionar a informação com interesse para o tema em questão.

Numa segunda fase de pesquisa, serão analisados os trabalhos práticos realizados no âmbito da problemática moda/arquitectura e seleccionados, procurando salientar nos mesmos a influência da moda na arquitectura, destacando pontos de contacto, ferramentas e materiais utilizados, bem como o resultado final desses trabalhos, e qual o seu impacto no âmbito da arquitectura e no âmbito social.

A terceira fase corresponderá à elaboração da dissertação propriamente dita, após a recolha e posterior selecção de informação será feita a sua transposição para um documento escrito, com uma sequência lógica e estruturada.

1.4 - Estrutura

A dissertação será um trabalho de abordagem inicial ao tema arquitectura/moda assentando, como tal, num vasto conjunto de conceitos e momentos históricos, o que justifica a impossibilidade de se deter em detalhe nos assuntos abordados.

A dissertação assenta em três pontos e distintos e culmina no que, poderá ser, um quarto segmento do trabalho; uma reflexão sobre a interacção da arquitectura e da moda ao longo do tempo e quais os resultados dessa correlação na actualidade.

Num primeiro momento do trabalho retoma-se à génese do vestuário e da construção, procede-se à sua definição partindo dos valores comuns. Já na segunda fase, procede-se a uma análise histórica com o fim de reafirmar a relação de semelhança e continuidade das áreas em estudo. O século XX apresenta-se como momento ideal para este estudo, pela grande evolução sociocultural que se rebateu em produções artísticas diversas e rapidamente transitórias.

A terceira fase intitulada “Arquitectura Promocional” destina-se a analisar o fenómeno contemporâneo de relação propositada e consciente entre a moda e a arquitectura, que se manifesta em edifícios icónicos das grandes marcas de moda.

1.5 - Estado da Arte

No contexto da investigação desenvolvida em torno do tema, verifica-se, em primeiro lugar, a escassez de informação, o que reflecte a falta de pesquisa na área. Em segundo lugar é retido que a informação existente, é, na sua maioria, relativa à relação moda/arquitectura segundo a perspectiva dos designers de moda e expressando a influência da arquitectura na moda e não inverso.

Exemplo disso são as publicações sobre a tendência que as grandes marcas têm vindo a demonstrar, uma tendência crescente em construir uma imagem corporativa, procurando esbater a separatriz entre moda e arquitectura, “vestindo” os seus edifícios com os preceitos da marca. Esta actual tendência de colocar a arquitectura ao serviço da moda, tem sido também a base de algumas publicações que procuram fazer uma analogia entre a marca, o seu percurso histórico, a sua identidade, e a transposição disso para a arquitectura.

Ainda no campo da influência da arquitectura na moda há um interesse crescente no estudo da aproximação das duas áreas, segundo um ponto de vista de cariz tecnológico. Moda e arquitectura aproximam-se em objectos híbridos de carácter experimental que procuraram conjugar vestuário e habitação num mesmo objecto.

As abordagens ao tema feitas sob o ponto de vista da arquitectura são, à semelhança das demais, escassas. Têm como ponto de partida ensaios elaborados por Loos e Le Corbusier, que haviam ficado durante muito tempo esquecidos. Estes trabalhos vêm alertar para a existência do paralelismo entre as duas áreas, bem como fazer uma nova leitura da arquitectura moderna, uma leitura feita a partir da sua roupa e salientando para a profunda semelhança entre a nova roupagem dos edifícios e a dos seus utentes.

O interesse na temática que tem vindo a ser demonstrado pelos autores, é, a excepção dos ensaios referidos anteriormente, muito recente, sendo quase na totalidade pertencente à última década. Destacam-se os trabalhos de Mark Wigley que analisa exaustivamente a relação entre moda e arquitectura no período moderno; Deborah Fausch que reúne os trabalhos mais importantes, de diversos autores, acerca da relação entre as duas áreas executados até aos anos 90. Mais recentemente é de salientar o trabalho da organização *Skin+Bones* que se dedica a analisar comparativamente os trabalhos de moda e arquitectura que se cruzam nos últimos 30 anos.

É comum à grande maioria dos trabalhos a sua origem, sendo quase todas as publicações de origem americana.

1.6 - Objectivos

Face à relação entre moda e arquitectura, anteriormente descrita, esta dissertação tem como objecto de estudo documentar e salientar a importância desse vivo contacto. Como já referido a existência deste paralelismo gera alguma controvérsia e é constantemente ignorada ou condenada, nesta dissertação serão apresentados os pontos de contacto entre as duas áreas; quais as ferramentas que servem de igual modo as duas disciplinas.

É também pretendido dar a conhecer trabalhos onde a influência da moda na arquitectura seja nítida e destacar as suas mais-valias para o projecto de arquitectura, bem como alguns trabalhos híbridos das duas áreas que visem, mais uma vez, uma evolução positiva no campo da arquitectura.

No âmbito deste trabalho a moda será tida como uma base de trabalho para a arquitectura não sendo do seu interesse salientar as influências na moda percutidas pela arquitectura.

Como resultado da elaboração deste trabalho é pretendido uma chamada de atenção para o tema, arquitectura e moda, chamada esta que poucas vezes foi feita ou então é feita com o intuito de salientar a influência da arquitectura na moda e não o inverso. É também intuito deste trabalho refutar a ideia de moda como mera indústria da futilidade e, como tal, distante do âmbito da arquitectura.

Por último, é ainda do interesse deste trabalho a documentação da temática, sendo que ela é ainda muito escassa na generalidade, e inexistente em língua portuguesa.

A photograph of a spiral staircase made of translucent red mesh, with a person walking in the background for scale. The staircase is the central focus, spiraling upwards from the bottom right towards the top left. The mesh is a vibrant red color and is suspended by thin wires. The background shows a white wall and a tiled floor. A person in a black jacket and dark pants is walking from left to right in the lower-left quadrant, providing a sense of scale. The overall lighting is bright and even.

CAPÍTULO 2

Enquadramento Teórico

Figura 2 - Do Ho Suh, "Staircase- Pulitzer Version" (2010).

2.1 - Do Abrigo à Arquitectura e à Moda

A necessidade que o homem sentiu de proteger o seu corpo levou-o à criação de camadas de protecção. Às camadas mais próximas da pele e mais frágeis veio a chamar roupa e as mais afastadas e estáticas chamou casa, tendo ambas sofrido grandes alterações com o tempo e tendo-se tornado: moda e arquitectura.

A forma mais elementar de arquitectura, a casa, funciona como uma terceira pele. Para Vitruvio a essência da arquitectura está no abrigo primitivo, que segundo ele surge da intenção de proteger o fogo, o calor do fogo convida à reunião familiar em torno de si e separa o público do privado, estando o privado reservado ao seio familiar, no interior do abrigo, e o público ao exterior. A necessidade de proteger o fogo faz o homem desenvolver a capacidade da construção,

“Com o fogo surgiram entre os homens as reuniões, as assembleias e a vida em comum, que cada vez ficaram mais concorridas num mesmo lugar e assim, de um modo diferente dos outros animais, os homens receberam da Natureza o privilégio de andar erguidos e não inclinados e a atitude de fazer com grande facilidade, com suas mãos e órgãos de seu corpo, tudo aquilo que se propunham”¹.

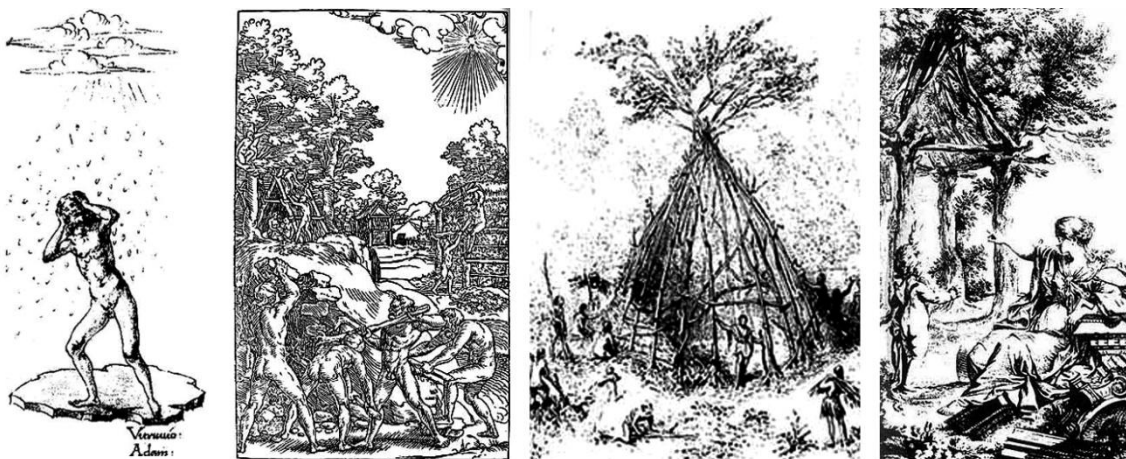


Figura 3- Homem primitivo protegendo-se da chuva, segundo Filaret; Construção da cabana primitiva segundo Vitruvio; O primeiro abrigo, por Viollet-Le-Duc; Ilustração da construção do primeiro abrigo de Marc Antoine Laugier (1753).

¹GALIANO, Luis Fernandez - El fuego y la Memoria, Madrid, Alianza Editorial, 1991.

“Começaram a levantar coberturas utilizando ramos de árvores, a cavar grutas nos montes e a fazer, imitando os ninhos dos pássaros, com barro e ramos, recintos aonde pudessem guarnecer-se”².

Filarete, tal como Vitruvio, defende que a cabana primitiva representa não só a origem da arquitectura como também a sua essência. Para ele a cabana “cujo tecto se apoia em troncos em forma de forquilha”³ é o princípio da arquitectura clássica, apontando os troncos como os precursores das colunas, “colunas primitivas”⁴, afirmou que estes respeitam a proporção humana, tal como mais tarde se propôs fazer a arquitectura clássica.

A perspectiva de Laugier vai também de encontro à importância do abrigo primitivo para a posterior arquitectura:

“O primeiro homem quis fazer um alojamento que o cobrisse, sem sepultá-lo. Alguns ramos cortados no bosque foram os materiais adequados para o seu desenho. Escolheu os mais fortes e os levantou perpendicularmente formando um quadrado. Colocou em cima outros quatro transversais e sobre estes, outros inclinados, em duas vertentes, formando um vértice no centro. Esta espécie de tecto foi coberta com folhas para que nem o sol e nem a chuva pudessem entrar e estava assim o homem alojado. É certo que o frio e o calor fizessem sentir incomodidade na casa aberta por todas as partes e assim colocou-se palha entre os pilares e assim ficou seguro (...) A pequena cabana rústica que descrevi é o modelo sobre o qual se tem imaginado toda a magnificência da arquitectura.”⁵

A par da arquitectura, o vestuário fizera um percurso em todo semelhante. Muitas razões se apontam para a sua criação, razões como a invenção do pudor e razões esotéricas, onde o vestuário e, em especial, a ornamentação são vistos como protectores mágicos. Antes do vestuário vigorou a ornamentação, para Semper, é a vontade de decorar que é um dos mais elementares instintos humanos, mais elementar, de facto, que a necessidade de proteger o corpo.

² GALIANO, Luis Fernandez - El fuego y la Memoria, Madrid, Alianza Editorial, 1991.

³ Jorge Marão Carnielo Miguel in, <http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/03.029/746>

⁴ GALIANO, Luis Fernandez - El fuego y la Memoria, Madrid, Alianza Editorial, 1991.

⁵ *Ibidem*.

Quando as grandes civilizações se solidificaram nas margens dos rios Nilo e Eufrates, regiões tropicais, o vestuário já havia sido inventado, uma vez que aqui o frio não era razão que levasse o homem a vestir-se, e ele já não se apresentava vestido apenas de ornamentos à semelhança dos indígenas sul-americanos.

A história do traje começa, portanto, antes das primeiras civilizações, pensa-se que o homem tenha sentido a necessidade de se cobrir na era da terceira glaciação, coincidindo este período com o da descoberta do fogo. O motivo óbvio para se cobrir o corpo terá sido então o frio. (Fig.4)

O homem utilizou os recursos que tinha disponíveis na natureza e utilizou as peles dos animais para se cobrir, dando-lhe uma forma adequada que não inibi-se os seus movimentos, desenvolvendo desta forma a capacidade de costurar.

Além das peles dos animais foram desenvolvidos também os tecidos nas civilizações das regiões mais amenas, tecidos esses desenvolvidos a partir de fibras vegetais ou animais. Estes tecidos eram utilizados tanto no vestuário como nas construções, convertidos em paredes e tectos. Foram especialmente apreciados pelos povos nómadas pela mobilidade que possibilitavam.

Segundo Gottfried Semper estas estruturas foram essenciais para a produção do espaço social e especialmente para os espaços da domesticidade. O espaço produzido pelas divisórias têxteis, à semelhança da cabana primitiva, originou a ideia de família e estabeleceu a distinção entre espaço privado e público, intensificando os laços



UNE MAISON — UN PALAIS 41

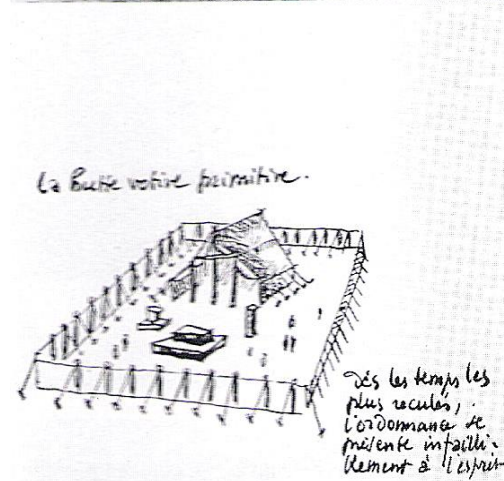


Figura 4 - Pintura rupestre de Cogull, Lleida onde são visíveis mulheres a dançar, identificáveis pelas saias que usavam já na fase Neolítica, antes da solidificação das primeiras civilizações.

Figura 5 - *Une Maison - Un Palais*, ilustração de Le Corbusier (1965-67) aludindo à importância do abrigo para a evolução da arquitectura, na semelhança na análise de Gottfried Semper.

familiares na interioridade, e ideia de comunidade e grupo gerada pelo conjunto de habitações e espaços comuns entre elas. (Fig.5)

Após satisfeitas as necessidades primordiais de abrigo, foram anexas novas funções às camadas protectoras, tanto às móveis, como o vestuário, quanto à construção perene. A sociedade inventou-se e consigo trouxe a supremacia social de uns relativamente aos outros. À roupa e à arquitectura já não bastava proteger do frio, era necessário que adquirissem a capacidade de comunicar, de expressar *status* e distinguir aristocracia e clero dos restantes.

No final do século XVII instalou-se na Europa uma cultura de gosto, surgindo no interior da aristocracia para afirmar o seu papel na sociedade, que vinha a ser ameaçado pela crescente burguesia, um gosto cultivado era diferenciador, salientava os aristocratas do homem comum. A arte teve um papel fulcral neste período, assim como a arquitectura, ambas deviam expressar emoções intensas e para tal serviam-se de uma profusa decoração. O mesmo acontecera na moda, que atingiu o seu expoente em Versalhes no reinado de Luís XIV, as roupas, os penteados e os adornos tinham tal como a arquitectura o papel de marcador social e de propagandistas. (Fig.6)

Embora a arquitectura tenha estado presente desde há milhares de anos, ela só surge como actividade autónoma desde o Iluminismo associada à mudança da classe dominante. A burguesia assumiu o domínio social, até à data a arquitectura era o elemento diferenciador e propagandista da aristocracia e do clero. A arquitectura era posse da elite, enquanto os plebeus dispunham apenas da construção.

O mesmo se passava com a moda, que até ao século XVIII foi regida pelas leis sumptuárias, que visavam “limitar os excessos do luxo”, “regulamentar os sinais exteriores de prestígio” e “radicar uma consciência do valor e do significado das aparências”, segundo Massimo Baldini. De outro modo, as leis sumptuárias estabeleciam códigos do vestuário para cada classe social, estando o acesso ao luxo apenas ao alcance do clero e da aristocracia, e interdito aos demais, não só pelo seu custo elevado como também pela sua posição social. A abolição das leis sumptuárias representa o primeiro passo para a democratização da moda, permitindo que cada cidadão se vista livremente de acordo com o seu gosto.

A moda, tal como a conhecemos hoje, é resultado de uma evolução gradual que se manifestou mais claramente após a Revolução Francesa e a referida abolição das leis sumptuárias. No século XIX a invenção da máquina de costura e o aparecimento das revistas de moda possibilitaram a difusão da moda e a sua reprodução pela pequena burguesia.

Em 1857 Charles - Frédéric abre uma loja em Paris que pela primeira vez se propõe a vender vestidos já confeccionados, sendo que até à data os costureiros apenas materializavam os

desejos das suas clientes, não lhes sendo permitido expressarem-se livremente nas suas criações. Surge, desta forma, a *haute couture* que transforma os obedientes costureiros em artistas com vontade própria, segundo os quais o “principio de que o alfaiate, e não quem veste o vestido, é o verdadeiro senhor da Moda, portanto, não trabalha à ordem de um cliente, por mais ilustre que este seja, satisfazendo sobre tudo os desejos, os gostos e as idiossincrasias desse”⁶.

O declínio da *haute couture* foi provocado pelo *prêt-à-porter*, roupas fabricadas em série e de baixo custo, que conquistaram o mercado global e representam, definitivamente, a democratização da moda, as tendências deixam de ser lançadas pela alta-costura passando a ser ditadas pela aliança da moda à indústria, sendo esta a faceta da moda que vigora até a actualidade.

O paralelo entre o “abrigo moda” e o “abrigo arquitectura” foi traçado, não só por Semper, mas também por Adolf Loos na sua produção teórica, tendo saliente importância o ensaio *O Principio do Revestimento*, onde Loos reconhece, também, o têxtil como abrigo primordial, “O cobertor é o detalhe arquitectónico mais antigo. Primitivamente era feito de peles ou de produtos de arte têxtil (...) Este cobertor devia ser colocado em algum sitio e dar protecção suficiente a toda uma família. Logo vieram também as paredes para dar protecção lateral. E por esta ordem se desenrolou o pensamento construtivo, tanto na humanidade como no indivíduo.”⁷ E convida o arquitecto a envolver previamente o espaço com tecido e só posteriormente solidifica-lo:



Figura 6 - *Marie Antoinette* (2006), filme onde é recriado o pitoresco universo de Versalhes anterior à Revolução Francesa.



Figura 7 - Franz Xavier Winterhalter retrata a Imperatriz Eugénia e suas damas de honra vestidas por Charles - Frédéric, fundador da alta-costura.

“Suponhamos que o arquitecto tenha a missão de criar um espaço quente e habitável. As almofadas são quentes e habitáveis. Esse espaço podia resolver-se colocando uma delas no

⁶ VOLLI, Ugo - *Contro la Moda*, Feltrinelli, 1990, p.94

⁷ LOOS, Adolf - *Dicho en el Vacio, 1877-1900*, Valência, 1984, p. 149-150. (tradução de autor).

chão e colocando quatro tapetes de modo a formarem as quatro paredes. Mas com almofadas não se pode construir uma casa. Tanto a almofada quanto a tapeçaria requerem uma armação construtiva que se mantenha sempre na posição adequada. Conceber esta armação é a segunda missão do arquitecto. Este é o caminho correcto, lógico e real que se deve seguir na arte de construir.”⁸

A intenção de abrigar, trazer conforto e qualidade de vida estará para sempre inerente, quer à moda quer à arquitectura. Os diferentes graus de proximidade que a roupa e a arquitectura estabelecem com o homem geram relações distintas entre eles; a arquitectura através do seu carácter sólido e permanente é “o local onde o homem parte e regressa”⁹ estabelece uma relação de grande importância com o homem e com o lugar a que pertence, uma relação simbólica com a sua vida e as suas memórias.

Por seu lado, a roupa que se transformou em moda, apresenta uma relação muito mais íntima com o homem, de maior proximidade física. À roupa é exigido que se adequa a todos os movimentos do corpo, é um elemento imprescindível. Para Marshall McLuhan,

“Vestuário, é como uma extensão da pele, pode ser visto como um mecanismo de controlo de calor e um meio de definição individual na socialmente. Nesses aspectos, vestuário e habitação são gémeos próximos, apesar do vestuário ser mais próximo e mais velho; a habitação estende os mecanismos de controlo térmico do nosso organismo, enquanto a roupa é uma extensão mais directa da superfície exterior do corpo.”¹⁰

No entanto, a moda não estabelece uma relação íntima e duradoura como o homem como a arquitectura, uma vez que está sempre associada ao desejo volátil de mudança, e é constantemente renovada.

Embora a moda e arquitectura façam viagens constantes ao passado e ao futuro, a arquitectura mantém uma relação mais sólida com as memórias enquanto a moda se apresenta mais descartável na sua ansiedade por mudança.

⁸ LOOS, Adolf - Dicho en el Vacío, 1877-1900, Valência, 1984, p. 149. (tradução de autor).

⁹ NORBERG-SCHULZ, Christian, Existencia, espacio y arquitectura - nuevos caminos de la arquitectura, Barcelona, Blume, 1975.

¹⁰ MCLUHAN, Marshall - Understanding Media, The Extensions of Man, MIT Press, Cambridge, p. 119-120. (tradução de autor).

2.2 - Construção de Espaço

“A habitação é, no entanto, só o vestido mais amplo que nos rodeia”¹¹

As ligações entre moda e arquitectura existem a vários níveis para além da sua origem semelhante. Se a moda e arquitectura forem entendidas como um casulo humano, facilmente se entende a necessidade que ambas têm de criar espaço habitável. Susan Sidlauskas faz a ponte entre a concepção de espaço na moda e na arquitectura na sua publicação - *“Intimate Architecture: Contemporary Clothing Design”* (1982) para ela, a peça (vestuário) é concebida e moldada como uma entidade tridimensional, e não como uma fachada para a exposição frontal. Como nos paradigmas de certas visões utópicas de arquitectura, como as dos construtivistas russos e da Bauhaus, as decisões estruturais (corte, costura, pinças, pregas) compõem a decoração. Plantas e gráficos muitas vezes são usados para planear a transferência de projectos para o tecido.

A dupla holandesa de designers Viktor & Rolf conceptualizou, na sua colecção de Inverno de 1999-2000, a relação do corpo humano com as sucessivas camadas protectoras que vamos colocando uma após outra sobre o corpo, sendo a última sempre maior e mais robusta. A colecção recebeu o nome de *Russian Doll* e, à semelhança do que acontece com estas bonecas, que estão contidas dentro umas das outras, os designers apresentaram uma única modelo sobre uma base rotativa à qual foram vestindo a sua



Figura 8 - *Russian Doll* (1999-00), Outono/Inverno, por Viktor & Rolf.

¹¹ Herman Mutheesius in, WIGLEY, Mark - *White Walls, Designer Dresses: The Fashioning of Modern Architecture*, The MIT Press, Cambridge, 2001, p.144. (tradução de autor).

coleção sucessivamente. A cada camada colocada os contornos humanos se dissolviam mais, o corpo da modelo tornava-se cada vez menos nítido à medida que o vestuário adquiria cada vez mais solidez. Ficando no fim, o corpo completamente escondido e elegível, vendo-se apenas a cabeça. (Fig.8)

Esta coleção expressa bem a forma como a arquitectura e a moda se relacionam com o corpo humano e com o espaço; enquanto a moda é uma camada mais próxima e que se ajusta ao corpo criando apenas o espaço necessário para ele, salvo excepções onde é criado um vazio entre o corpo e a roupa, a arquitectura pode ser entendida como uma peça de roupa muito afastada do corpo que “veste” muitas pessoas ao mesmo tempo e precisa de uma estrutura que a sustente, uma vez que não tem um corpo que o faça.

A criação do espaço interior/espaço exterior não se limita à separação que os limites do edifício (fachadas) estabelecem entre o público e o privado, o interior/exterior multiplica-se no interior dos edifícios onde são criados consecutivos espaços menores contidos nos maiores.

Tal como na moda a distinção entre interior/exterior não se limita às duas faces do tecido, o direito e o avesso; a roupa é também subdividida em espaços menores, bolsos, pregas ou dobras são um exemplo. Em ambos os casos a conexão entre o interior e o exterior é feita de forma semelhante, ora por portas, janelas e passagens quanto por punhos, colarinhos ou cavas. Existindo uma clara diferença no modo como o utente se relaciona com o espaço; na moda a proximidade da roupa e do corpo gera uma experiência sensorial principalmente táctil, quando a roupa é vestida e se faz a conexão interior/exterior. Enquanto percorrer um edifício implica uma experiência sobretudo visual, que é possibilitada pela distância, pelo vazio, entre o corpo e o edifício.

Para Bradley Quinn, a construção de ambas as peças (vestuário e arquitectura) criam espaços que são negados à vista, gerando fantasias de inclusão e exclusão.

Quando um espaço é limitado por uma parede ou por um tecido, além da realidade interior/exterior criada é, inevitavelmente, criado um vazio. O vazio está sempre presente mesmo que inconscientemente, ele é inerente ao espaço. A criação de uma qualquer forma implica a criação do seu negativo, que é também forma. Segundo Fernando Távora, “o espaço que separa - e liga - as formas é também forma, é a noção fundamental, pois é ele que nos permite ganhar consciência plena que não há formas isoladas e de que uma relação existe sempre, quer entre as formas que vemos ocuparem o espaço, quer entre elas e o espaço que,

embora não vejamos, sabemos constituir forma - negativo ou molde - das formas aparentes.”¹²

Na perspectiva de Deleuze, o vazio representa o caos rizomático¹³ conectando todos os eventos e objectos, o agente universal para transmutar as margens do pensamento no espaço legítimo e não o vácuo.

Seguindo esta linha de pensamento, o negativo da forma de que fala Távora é o mesmo que o vazio útil de Deleuze, mas dentro do vazio está o espaço que habitamos, configurado pela forma aparente, e o vazio invisível que anula a sua existência escondido entre paredes ou o tecido e o forro da roupa. Há uma vontade crescente nas duas áreas de assumir esse vazio e transforma-lo em espaço habitável. Na arquitectura é cada vez mais comum a presença assumida de elementos estruturais. Exemplo disso são os trabalhos de Rem Koolhaas que integra os elementos estruturais no edifício, tornando-os parte do espaço habitável e Zaha Hadid pela sofisticação na conexão de vazios com as superfícies dos seus edifícios.

O museu judeu de Daniel Libeskind, em Berlim, é um exemplo soberbamente expressivo do papel que o vazio pode assumir na arquitectura. A tradução simbólica da história do povo judeu é feita por uma pesada e densa massa que contrapõe com, o não menos pesado, vazio. O vazio representativo do sofrimento dos judeus é absorvido e entendido pelos utentes do museu sem que sejam necessárias grandes explicações históricas. É um espaço organizado em eixos dos quais resultam corredores estreitos, percorridos pela luz proveniente de frestas, mais ou menos aleatórias, que rasgam o edifício, e pelo eco de sons inquietantes no vazio. O que torna o espaço bastante perturbador. (Fig.9)

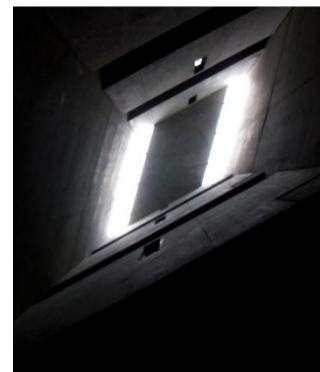
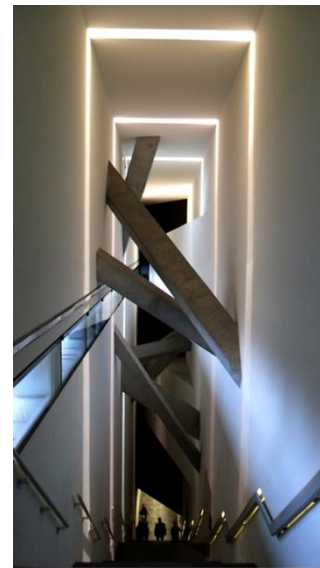


Figura 9 - Museu Judeu, Daniel Libeskind, 2001.

¹² TÁVORA, Fernando - Da Organização do Espaço, FAUP Publicações, 2006, p.12.

¹³ Deleuze define rizoma como “um sistema aberto”, um conjunto de conceitos que se relacionam livremente entre si. Todos os pontos do sistema, todos os conceitos, estabelecem ligações com os demais de uma forma heterogénea sem qualquer ordem estabelecida e com a condição da renovação e reinvenção, nunca voltando ao ponto de partida. Um sistema aberto requer uma relação viva e evolutiva assente na interação de conceitos.

A moda concentrou os seus esforços durante séculos a criar volume no vestuário servindo-se de pregas, franzidos, drapeados e estruturas auxiliares em quantidades avultosas. Depois concentrou-se em subtrair todo o volume e todo a consequente vazio com a utilização de tecidos capazes de gerar roupas amorfas como a *lycra* e o *nylon* que assumem a forma dos corpos que os vestem. A “era espacial” dos anos 60 trouxe à moda os vazios proporcionados pela utilização plásticos, distanciou as roupas do corpo. Actualmente, há ainda designers a explorar essa tendência, tornando as formas da roupa mais andróginas e explorando novamente o vazio; dos quais se destacam especialmente os designers japoneses com saliente importância de Issey Miyake. (Fig.10)

2.2.1 - Construir e Vestir o Espaço

“Muitos tiveram dúvidas sobre a minha última observação, as dúvidas que são dirigidas contra a comparação que eu tenho estabelecido entre a alfaiataria e a arquitectura. Afinal, a arquitectura é uma arte. Com certeza, é para o momento. Mas nunca notou a estranha correspondência entre o vestuário exterior das pessoas e o exterior dos edifícios? Não é o manto de franjas adequado ao estilo Gótico e uma peruca ao Barroco? Mas as nossas casas contemporâneas correspondem à nossa roupa?”¹⁴

O diálogo entre moda e arquitectura levou alguns arquitectos a apropriarem-se do vestuário feminino e a torná-lo condizente com os espaços que concebiam, Peter Behrens, Henri van de Velde, Josef Hoffmann, Richard Riemerschmid, Paul Schultze-Naumburg, e mais tarde Frank Lloyd Wright, propuseram-se a reformar o vestuário feminino influenciados pelos movimentos *Arts and Crafts* e *Art Nouveau*. Procuram tornar as formas dos vestidos mais adequadas e fluidas inspirando-se, como é sua característica, em motivos naturalistas e vegetalistas.



Figura 10 - Issey Miyake, acentua o vazio entre o vestuário e o corpo, à semelhança do que acontece na arquitectura.

¹⁴ Adolf Loos, in WIGLEY, Mark - *White Walls, Designer Dresses: The Fashioning of Modern Architecture*, The MIT Press, Cambridge, 2001, p. 60. (tradução de autor).
20

A tendência para a crescente simplificação do vestuário levou Le Corbusier e Loos, a questionarem-se também, sobre a discrepância entre a arquitectura e o vestuário do século XIX, intrigando-se com a descontextualização do homem moderno relativamente à sua casa, ou da casa do homem moderno relativamente à roupa que veste. Preocuparam-se em conceber “a arquitectura moderna como um fato sob medida, a implantação da lógica da roupa para alienar a arquitectura do século XIX da sua ornamentação”¹⁵.

“A superfície do tecido constrói uma segunda pele elástica à escala humana, que mascara e esconde a moldura do corpo.”¹⁶ Mark Wigley defende que a superfície da arquitectura, a sua roupa, serve para mesclar a estrutura do edifício com a paisagem em seu redor. Funcionado a arquitectura, ou o revestimento da arquitectura, como um vestido, é possível que esse vestido respeite ou não as formas do corpo que veste. O vestido pode respeitar a forma do corpo e deixá-la legível, ou pode servir-se de espartilhos para manipulá-la.

Riegl aceita que a roupa é a origem da arquitectura, mas não a origem de todas as artes. Ele não vê a arquitectura como mãe das restantes artes, mas como uma parte delas. A competência da arquitectura está, para ele, na capacidade de vestir um edifício com arte, sendo a arquitectura a arte da roupa, a arte de vestir capaz de tornar os edifícios visualmente atraentes. Para Van de Velde “os princípios de construção de uma casa de campo e de uma catedral são os mesmos. Temos também roupas a obedecer aos princípios tectónicos. Nossas criações neste domínio devem mostrar em sua aparência de uma construção coerente”¹⁷.

Para Corbusier a roupa dos edifícios não deve adulterar a sua forma inicial, deve ser um complemento que crie harmonia e que não pretenda destacar-se. Nas suas palavras, “a arquitectura é o jogo magistral, correcto e magnifico de massas reunidas em luz, a tarefa do arquitecto é vitalizar as superfícies que vestem essas massas, mas de tal forma que estas superfícies não se tornem parasitárias, comendo e absorvendo a massa para sua própria vantagem”¹⁸.

Chisto e Jeanne - Claude servem-se da paisagem, segundo o espírito da *land art*, para intervir em objectos emblemáticos e bem presentes na memória colectiva. Os artistas embrulharam em tecido a *Pont Neuf* em Paris (1985) e o parlamento alemão (*Reichstag*, 1995) em Berlim, esta atitude de dar uma nova pele a estes monumentos tem a intenção de renovar a memória

¹⁵ QUINN, Bradley - The Fashion of Architecture, Berg, Oxford, 2003, p.3. (tradução de autor).

¹⁶ WIGLEY, Mark - White Walls, Designer Dresses: The Fashioning of Modern Architecture, The MIT Press, Cambridge, 2001 (tradução de autor).

¹⁷ VAN DE VELDE, Henri - Die Künstlerische Hebung der Frauentracht, p.13. (tradução de autor).

¹⁸ LE CORBUSIER - Towards a New Architecture, p.37. (tradução de autor).

destes locais. A nova pele colocado sobre os monumentos é no entanto muito suave e mantém a essência das construções bem presente e visível.

Esta atitude, embora bem distante do trabalho de Corbusier, ilustra bem o seu entendimento relativamente à pele dos edifícios, que deve ser não mais que isso, uma pele, que se limite a revestir/proteger o corpo.

Outros artistas se interessam em explorar o tecido em suas obras, Do-Ho Suh, artista coreano, costura espaços habitáveis reafirmando a ligação entre a atitude de construir e a de costurar. “Quando se expandir essa ideia de roupa como espaço, a roupa transforma-se numa estrutura habitável, um edifício, uma casa feita de tecido”¹⁹. As instalações de Do-Ho Suh causam no observador uma certa estranheza, pela sua dimensão arquitectónica em contraste com a fragilidade do tecido. (Fig. 2 e 11)

Além da atitude de Do-Ho Suh de desconstruir a ideia de fragilidade e solidez no seu trabalho, também o arquitecto Shigeru Ban decidiu levar ao extremo o conceito de “fachada cortina” construindo em Tóquio a Curtain Wall House. É uma casa de três pisos sendo o res-do-chão uma extensão do espaço da rua e utilizado como estacionamento. Os dois pisos superiores tem a particularidade de ter um tecido, uma cortina, a desempenhar a função de fachada, como todas as cortinas, esta funciona também como barreira visual só que colocada do lado de fora da habitação deixando entre ela e a, mais sólida, fachada um espaço intermediário entre o interior e o exterior da casa. (Fig. 12)

Conhecidos designers de moda correlacionam também as duas áreas, acumulando a formação de arquitectos com a de designers. Pierre Cardin, Roberto Capucci e Gianfranco Ferre são também arquitectos de formação e expressam isso nas suas colecções; manipulam de forma subtil as formas geométricas simples e criam espacialidades tridimensionais que valorizam a estrutura e o volume suprimindo a decoração.

¹⁹ CARRIN, Lisa - The Perfect Home: A Conversation with Do-Ho Suh in Do-Ho-Shu, The Serpentine Gallery's exhibition catalogue, 2002, p.37. (tradução de autor).

Yohji Yamamoto e Rei Kawakubo optam também por uma concepção do vestuário muito estruturada, sem ornamentação e muito contida na cor, usam quase exclusivamente tons neutros e em especial o preto, para que as cores não maquilhem as estruturas que criam, não as tornem demasiado pesadas e visualmente agressivas, em prejuízo da sua essência. Procuram na moda o fundamental da arquitectura, a concepção de espaço habitável. Yohji Yamamoto aspira à intemporalidade das suas colecções, procura inspiração em roupas antigas que eram usadas até estarem gastas e não até passarem de moda. No documentário *Notebooks on Cities and Clothes* (1989) manifesta a vontade de que as suas roupas possam ser usadas durante a vida toda sem que a moda as inutilize precocemente, motivo que o leva a inibir-se da ostentação de cores e enfeites.

Na colaboração entre arquitectos e designers de moda, a arquitecta Zaha Hadid deu o seu contributo, reduziu a habitual escala de trabalho e concebeu duas colecções de sapatos, uma para Lacoste e outra para Melissa. Ambas as colecções primam pela ergonomia dos objectos concebidos que se adequam com fluidez às formas orgânicas do corpo. (Fig. 13)

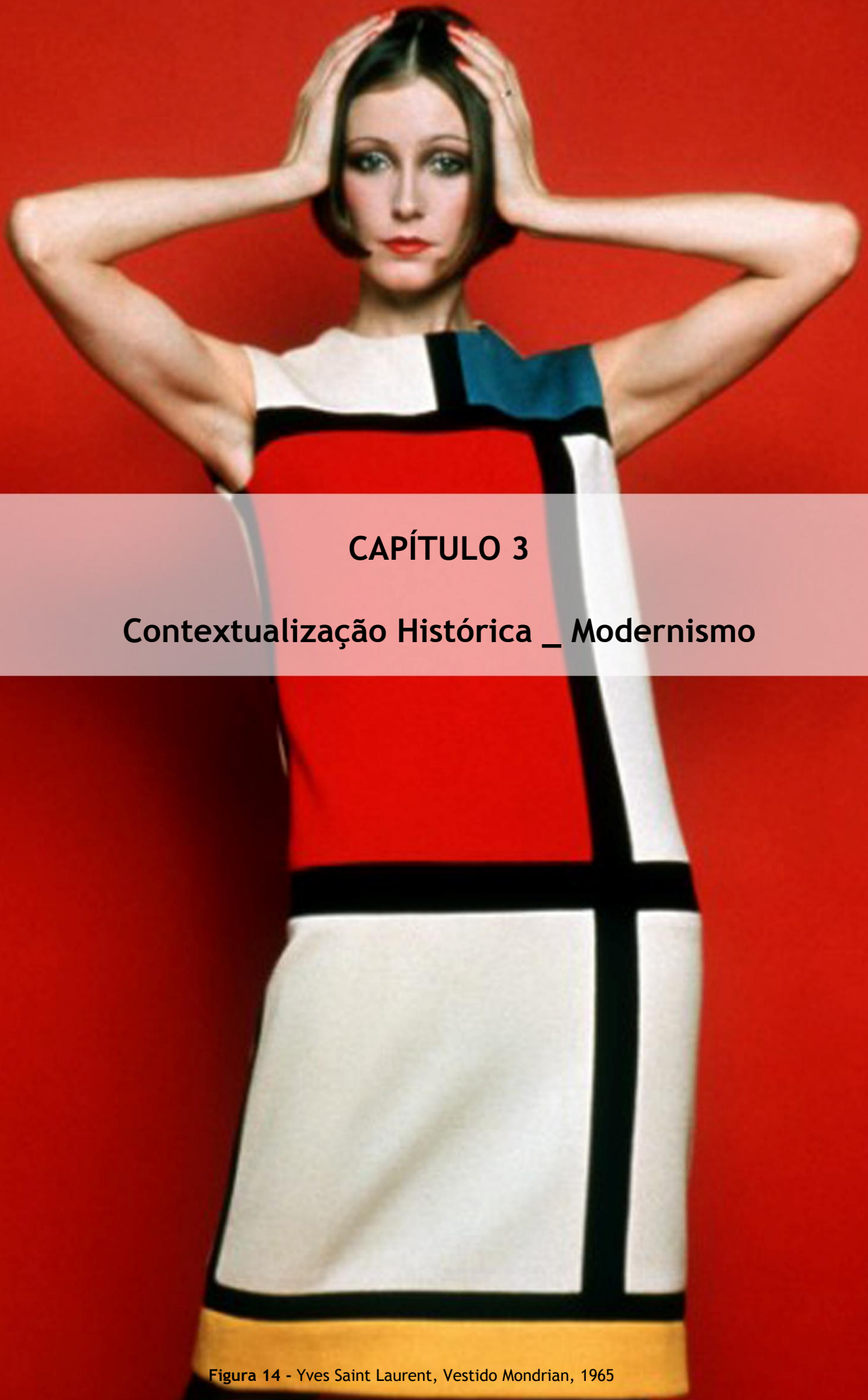
Também o arquitecto português Alcino Soutinho, que queria ser sapateiro, associou-se à marca DeGier para participar na concepção das colecções de sapatos, para ele existe uma similitude entre as fundações necessárias para sustentar os edifícios e a função dos sapatos.



Figura 11 - Instalação de Do-Ho Suh, 2010.

Figura 12 - Shigeru Ban, *Curtain Wall House*, Itabashi, Tokyo, Japão, 1994 - 95.

Figura 13 - Sapatos de Zaha Hadid para Melissa.



CAPÍTULO 3

Contextualização Histórica _ Modernismo

Figura 14 - Yves Saint Laurent, Vestido Mondrian, 1965

3.1 - Modernismo

O movimento que hoje é apelidado de “modernismo” ocorreu na primeira metade do século XX teve origem na Europa e é consequente dos acontecimentos do século anterior, especialmente os da primeira metade do século XIX; como a Revolução Francesa e a sua ligação ao pensamento iluminista. As reformas na mentalidade operadas pelo Iluminismo, e pelo Positivismo retiram o peso da teologia e colocaram-no sobre o homem, sobre as suas faculdades intelectuais e conhecimentos científicos.

A nova visão modernista é incompatível com os pensamentos e as realizações anteriores, daí que se proponha um rompimento com o passado, com a história e com a arte, que passam a estar desajustadas. A nova época necessita construir-se com base nas novas ideias e técnicas; para os modernistas o antigo deve ser rejeitado, e novo aceite como bom. O Impressionismo é a primeira corrente moderna, na medida em que se manifesta contra o passado e propõe uma nova visão da arte. A visão sensitiva do Impressionismo nas artes plásticas, e do Simbolismo na literatura retractam a nova sociedade burguesa no seu quotidiano citadino.

A conjuntura político-social gerada pelo culminar da Revolução Industrial, vigência do modelo capitalista, supremacia da alta burguesia e crescente assimetria social impõe ao Movimento Moderno preocupações sociais, que se fundamentam principalmente no racionalismo e no socialismo utópico. Estas preocupações vêm a ser determinantes para o novo papel do arquitecto na sociedade.

O campo da moda não demonstrou sensibilidade face às questões sociais, uma vez que nesta época a moda é ainda posse exclusiva da elite. Foi, no entanto, inevitável a vulnerabilidade às duas guerras que pautaram a primeira metade do século XX; à moda foi também imposta a necessidade de racionalizar.

3.1.1 - Arquitectura Moderna

À semelhança das restantes manifestações do modernismo, a génese da arquitectura moderna está também no percurso evolutivo instigado pela visão iluminista do mundo que desencadeia o desenvolvimento da ciência e da técnica e que tem como apogeu a Revolução Industrial.

Todas as mudanças acarretadas pela industrialização obrigavam a uma nova arquitectura que satisfizesse as necessidades da população. O crescimento acelerado e a destruição causada pela Primeira Guerra Mundial reuniram as condições ideais para a prática de uma nova arquitectura, era imperativo que essa nova construção fosse ágil, barata e respeitasse as condições de habitabilidade.



Para tal, os arquitectos propunham, no âmbito de pensamento modernista, um rompimento com a tradição revivalista e eclética exacerbada, que se preocupava acima de tudo, com a estética e o “estilo” arquitectónico. Defendiam uma arquitectura sem estilo, sem decoração e sem nada a mais que o essencial, teorias defendidas afincamente por Adolf Loos e Le Corbusier.



A intencional rejeição do estilo trás à arquitectura moderna um cariz multifacetado que soma, no entanto, vários princípios comuns como: a rejeição do passado, a simplificação absoluta da geometria, a brancura dos edifícios, coberturas planas, fachadas livres, elevação sobre *pilotis* e utilização de materiais industriais. Todos estes preceitos visavam a racionalização de recursos, já que a nova realidade tinha retirado ao arquitecto o papel de “decorador” e tinha-lhe atribuído um papel mais socialmente activo. O arquitecto, motivado pelos pensamentos socialistas, devia “construir” qualidade de vida em edifícios económicos, úteis e limpos.



Figura 15 - Louis Sullivan, *The Carson Pirie-Scott Store*, Chicago, 1904.

Figura 16 - Adolf Loos, *Steiner House*, Viena, 1910.

Figura 17 - Le Corbusier, *Villa Savoye*, Poissy, 1929.

Figura 18 - Frank Lloyd Wright, *Guggenheim Museum*, New York, 1959.

A revolução estética trazida pelas vanguardas artísticas como Cubismo, Abstraccionismo e Neoplasticismo abrem caminho para a aceitação das novas propostas arquitectónicas assentes na sociedade industrial. Neste contexto, a arquitectura vê a sua área de trabalho alargada, para além dos edifícios, os arquitectos passam a dedicar-se ao design dos mais variados objectos de uso

quotidiano.

Entre as duas guerras surge na Alemanha a primeira escola de design no mundo; a Bauhaus procura fundir os conhecimentos da arquitectura, aos das artes plásticas e do design; tendo sempre em vista satisfazer as necessidades da população do pós-guerra e unindo-se à indústria na produção de objectos funcionais massivamente. Destacam-se Walter Gropius e Mies van der Rohe como directores da escola; as motivações socialistas da escola levaram ao seu encerramento alguns anos antes do início da Segunda Guerra Mundial.

Ironicamente, a arquitectura originada pela Bauhaus, Le Corbusier e outros recebeu, mais tarde, a designação de “Estilo Internacional” devendo-se esta designação ao desenraizamento desta arquitectura que podia ser aplicada em qualquer parte do mundo tendo resultados igualmente satisfatórios. Ao contrário do pretendido inicialmente a arquitectura moderna foi, especialmente na sua “versão europeia”, a versão funcionalista, estilizada e reproduzida também pelos seus atributos formais. As máximas de Sullivan “a forma segue a função” e de Mies van der Roeh “menos é mais” foram adoptadas como directrizes estéticas.

Genericamente, nos EUA a arquitectura moderna foi interpretada por Frank Lloyd Wright de uma forma diferente, perdeu o carácter social, foi aplicada de um modo organicista e preocupou-se em dar respostas às necessidades individuais.

3.1.2 - Moda “moderna”

Do início do século XX retêm-se especialmente a nova silhueta feminina, introduzida por Paul Poiret, que retirou à moda feminina o espartilho e o volume, ajustando os vestidos ao corpo. A leitura da nova sociedade, que levou à criação de novas silhuetas, feita pelo estilista foi muito bem aceite pelas mulheres, em especial pelas feministas. (Fig. 19)

A Primeira Guerra Mundial veio alterar o estilo de vida das mulheres, obrigou-as a fazer trabalhos, que antes eram exclusivamente destinados aos homens, o que desencadeou novas necessidades em ternos de vestuário. As mulheres necessitavam de roupas mais versáteis, nesta época tudo no ideário feminino se tornou mais prático, as saias e os cabelos foram cortados e a silhueta cilíndrica prevaleceu. A moda privilegiou, pela primeira vez, o visual andrógina.



A década de 20, conhecida como os “loucos anos 20”, é marcada pela euforia do fim da guerra que se manifestou no comportamento social e conseqüentemente na moda. O estilo de vida americano foi moda neste período, a sociedade de consumo intensificou a vida social, da qual as mulheres faziam agora parte. As saias voltaram a subir, desta vez até aos joelhos, aos braços e às costas foi permitido ficarem despidos e o culto pela magreza imperou. Salienta-se desta época a estilista Coco Chanel que, com a sua visão purista do vestuário, alterou o mundo da moda para sempre. (Fig. 20)



A euforia dos anos vinte termina a 29 de Outubro de 1929 quando se dá o *Wall Street Crash*, a queda da bolsa americana desencadeia uma crise mundial e um período austero que é conhecido como Grande Depressão. Nesta circunstância, como é inevitável, a moda perde o seu carácter festivo tornando-se mais austera e “cinzenta”.



O processo reverte-se na moda, as bainhas das saias descem e os cabelos à *garçonne* voltam a crescer. A Segunda Guerra Mundial acarretou uma escassez de tecidos e manufactura o que obrigou a moda a otimizar os recursos disponíveis e a evitar os desperdícios. A moda ganha contornos semelhantes aos das fardas dos militares, roupa feminina e masculina aproximam-se mais. Por economia, as saias voltam a subir, os casacos tornam-se cintados e os ornamentos são suprimidos. (Fig. 21)



O fim da guerra proporciona um regresso à elegância nos anos 50, as saias ganham volume e os tecidos torna-se mais ricos e delicados novamente. A alta-costura vigora nesta época tornando-a uma das mais glamurosa e sofisticadas da história. (Fig. 22)

Figura 19 - Vestidos de Paul Poiret, estrutura tubular sem espartilho.

Figura 20 - Moda feminina, anos 20.

Figura 21 - Moda feminina anos 40, retorno à sobriedade.

Figura 22 - Grace Kelly em “Janela Indiscreta”, 1954 com vestido de Edith Head.

A moda da primeira metade do século XX foi caracterizada por adjectivos como “linear, arquitectónico” mas não teve a ousadia nem a coesão necessárias para se apropriar da terminologia “Moderno”, à semelhança da arquitectura o percurso evolutivo da moda nesta época procurou a liberdade.

“A moda feminina começou a tornar-se mais auto-consciente e a procurar uma linguagem capaz de exprimir pensamentos mais sérios do que onde comprar o que, olhou

com admiração e inveja para a sua irmã mais velha arquitectura (...). A pequena moda pressionou o seu nariz à montra e viu os arquitectos moverem-se livremente num mundo brilhante e privilegiado”²⁰.

3.2 - Século XIX, Moda na Arquitectura

Durante o século XIX, grande parte da arquitectura europeia comportava-se dentro do espírito romântico, apropriava-se de estilos históricos e reproduzia-os em combinações ecléticas. As escolas defendiam que a arquitectura se devia preocupar fundamentalmente com as questões estéticas e estilísticas, sendo para isso imprescindível a utilização de materiais nobres e a escolha do “estilo”. Nas palavras de Friedrich Schinkel “Ao desenvolver uma ideia para uma determinada obra (...) se partir da finalidade trivial, imediata e puramente construtiva (...), obviamente surgirá algo seco e rígido, falho de liberdade e carente de dois factores essenciais em arquitectura: o histórico e o poético!”²¹

Este espírito histórico e poético de que fala o autor era incompatível com novos materiais que estavam disponíveis, os materiais provenientes da industrialização não eram dignos de ficar visíveis nas construções, era necessário camuflá-los com sucessivas camadas decorativas.

A arquitectura institucionalizada, contudo, não foi apreciada por todos, Gottfried Semper, Sigfried Giedion, Walter Gropius criticavam esta arquitectura ornamentalista e reflectiam sobre o vestuário, alternado entre as críticas ao ornamento e os elogios ao design. Loos “adversário mais franco da moda”²² deteve-se também nestas questões e defendeu uma arquitectura baseada nas qualidades formais do traje masculino e desprovida de enfeites.

O diálogo crescente entre moda e arquitectura estabelecido faz parte da herança dos movimentos precursores do modernismo. O movimento inglês *Arts and Crafts* que pretendeu valorizar o trabalho dos artesãos ingleses, tão elogiados por Loos, contou também com reformadores do vestuário que intencionavam adequar o vestuário as necessidades modernas, fazendo um apelo anti-moda, que neste contexto significa uma oposição ao ornamento. Estas

²⁰ FRASER, Kennedy - *The Fashionable Mind*, Boston: Godine, 1985, p.290-291. (tradução de autor).

²¹ PINTO, Ana Lúcia, MEIRELES, Fernanda, CAMBOTAS, Manuela Cernadas - *Cadernos de História da Arte* 9, Porto Editora, p. 68.

²² WIGLEY, Mark - *White Walls, Designer Dresses: The Fashioning of Modern Architecture*, The MIT Press, Cambridge, 2001. (tradução de autor).

preocupações foram absorvidas pela *Art Nouveau* e, mais tarde, pela Bauhaus que acrescentou o factor “industrialização”.

À semelhança de Henri van de Velde, também se interessou pelo design de vestuário, transportou para o vestuário os preceitos do *Arts and Crafts* e conjugou design de interiores, de vestuário e arquitectura numa estética comum que veio a influenciar Poiret em Paris.

Giedion, na sua crítica à arquitectura do século XIX, destaca a falta de identidade na apropriação de estilos como que de uma moda. Crítica as máscaras da arquitectura, mas salvaguarda que “no entanto, abaixo de todas as máscaras as tendências de importância duradoura estavam escondidas e foram aos poucos ganhando força”²³, correspondendo isto ao abandono da moda ornamental e ao assumir os novos materiais e técnicas construtivas. Para Giedion, a razão que leva a “enfeitar arquitectura com roupas da moda não é produzida por um amor às roupas, mas por uma ansiedade sobre o que a roupa vai cobrir”²⁴.

Frankreich partilha do mesmo pensamento, para ele, o século XIX disfarça suas novas criações com máscaras históricas, indiferentemente em todos os campos. Isto é tão verdadeiro para a arquitectura, como para a indústria ou a sociedade.

Loos “vê as roupas não apenas como uma analogia para a arquitectura mas como seu próprio modelo”²⁵. No seu ensaio “*Architektur*” (1910) ele critica a busca frustrada “dos fetichistas” que procuram no ornamento e no revivalismo o estilo do século XX, e enquanto isso, não se dão conta que o “estilo” do século XX já existe nos trabalhos dos artesãos que ignoram essa



Figura 23 - Vestido desenhado por Henri van de Velde para a sua mulher em 1900.

Figura 24 - Frau Salomonsohn usando um vestido de Henri van de Velde, 1900.

Figura 25 - Josef Hoffmann, vestido de Verão, publicado na revista “*Mode*” (Viena), 1911.

Figura 26 - Josef Hoffmann, vestidos, 1910.

²³ GIEDION, Sigfried - *Space, Time and Architecture: The Growth of a New Tradition*, Cambridge: Harvard University Press, 1941, p. 115. (tradução de autor).

²⁴ WIGLEY, Mark - *White Walls, Designer Dresses: The Fashioning of Modern Architecture*, The MIT Press, Cambridge, 2001, p.44. (tradução de autor).

²⁵ *Ibidem*, p.89.

busca do estilo. O século XX vem propor uma nova arquitectura, uma arquitectura moderna, que:

“(...) retira as roupas velhas do século XIX para mostrar seu novo corpo, um corpo com a forma disponibilizada pela nova cultura de mecanização. O edifício moderno está nu e a parede branca acentua a nudez, destacando a sua lisura maquínica. A tinta branca é para ser a pele do corpo em vez de dissimular uma camada de roupa.”²⁶

Para Francis Reginald Stevens Yorke o vestuário é a melhor metáfora para apresentar a arquitectura moderna, a arquitectura moderna tem muito a ver com o vestuário, em especial com a tendência para a simplificação, o vestuário moderno evoluiu num processo de purgação. Este processo existiu não só pela vontade de mudar, que é em si razão suficiente para a moda, mas também por razões utilitárias que procuram adequar o vestuário as novas exigências, esta necessidade de resposta a problemas reais foi o mote da evolução não só no vestuário como na arquitectura.

“O novo trabalho não se baseia na tentativa de descobrir um novo estilo ou novas formas, os arquitectos encontraram uma nova expressão através dos novos materiais que utilizam na construção de edifícios, para aqueles que tinham encontrado uma forma nova, e mais esclarecida de vida. Assim como as roupas das mulheres mudaram na aparência, como se tornaram mais práticas e saudáveis, a simplificação nas linhas permitiu maior liberdade de movimento, então a cara do edifício mudou com a liberdade no planeamento e o emprego de materiais flexíveis.”²⁷

Para Wigley despir a arquitectura significa “aliviar da carga de carregar uma máscara, a estrutura é capaz de desenvolver-se livremente e uma nova arquitectura surge, que incorpora verdades do material de construção e utilidade funcional independentemente dos caprichos da moda”²⁸.

Sullivan, também critica a ornamentação excêntrica na arquitectura, é contudo mais condescendente com o ornamento. Não defende que a ornamento deva ser completamente erradicado da arquitectura, mas sim, ser utilizado com decoro. Deve-se “racionalizar a

²⁶ Ibidem, p.XVIII.

²⁷ RICHARDS, J M - An Introduction to Modern Architecture, Harmondsworth: Penguin Books, 1940, p.50. (tradução de autor).

²⁸ WIGLEY, Mark - White Walls, Designer Dresses: The Fashioning of Modern Architecture, The MIT Press, Cambridge, 2001, p. 41. (tradução de autor).

construção para melhor vestir com ornamento, mais cuidadosamente”²⁹ e assim “as nossas formas fortes, atléticas e simples farão com natural facilidade as vestes que sonhamos”³⁰. Para Sullivan a roupa e o ornamento constituem um objecto único que não aceita ornamentos que não o integrem e assim deve ser também na arquitectura.

A crítica à arquitectura, dirigida por Gropius, parte também da analogia entre moda e arquitectura. Não basta que a arquitectura vista roupas novas para que se torne moderna.

“A realidade crua e assustadora do nosso tempo não será suavizada por nós a vestirmos com um ‘novo look’ e será igualmente inútil tentar humanizar a nossa civilização mecanizada, acrescentando enfeites sentimentais às nossas casas (...) arquitectura irá revelar as qualidades emocionais do designer nos ossos de muitos edifícios, não só nas guarnições”³¹.

A solução para a arquitectura moderna não está na utilização de roupas novas mas, para Gropius, está em seguir a “padronização das roupas modernas”, a solução não passa somente por vestir roupas novas, mas principalmente por adquirir princípios e atitudes modernas. “A maioria dos cidadãos de um determinado país tem moradia e condições de vida semelhantes, é pois difícil entender porque as habitações que construímos não apresentam uma unificação semelhante como, por exemplo, as nossas roupas sapatos ou automóveis”³². Nesta sequência, segundo Gropius, “o homem moderno, que já não se veste com roupas históricas, mas veste roupas modernas, também precisa de um lar moderno, adequado a ele e ao seu tempo, equipado com todos os modernos dispositivos de uso diário”³³.



Figura 27, 28, 29 - Louis Sullivan, *Carson Pirie Scott Department Store*, 1904; detalhe das fenestraçãoes onde Sullivan procura integrar os elementos decorativos na estrutura do edifício.

²⁹ Mark Wigley in, FAUSCH, Deborah - *Architecture in Fashion*, Princeton Architectural Press, New York, 1994, p.177. (tradução de autor).

³⁰ Louis Sullivan in, FAUSCH, Deborah - *Architecture in Fashion*, Princeton Architectural Press, New York, 1994, p.177. (tradução de autor).

³¹ GROPIUS, Walter - *Eight Steps Toward a Solid Architecture*, Architectural Forum, February 1954, p.182. (tradução de autor).

³²GROPIUS, Walter - *Scope of Total Architecture*, MacMillan Publishing Company, 1980, p.128. (tradução de autor).

³³ Ibidem.

À semelhança dos outros modernistas, Behrens, sublinha a relação entre a arquitectura e a roupa, a necessidade de sintonizar ambas. Para ele, a arquitectura moderna “transmite a impressão de arquitectura coerente porque descobriu finalmente a roupa correcta para o estilo do tempo e rejeita firmemente o resíduo romântico de estilos do passado como covarde e irreal.”³⁴

Para Le Corbusier a arquitectura devia ser mais que um vestido que se coloca sobre um corpo e que pode ser alterado sempre que a moda assim o ordene. Daí que se oponha aos “estilos” e às “modas” que podem sempre ser alteradas, sem que isso traga qualquer implicação maior que a que trás uma vulgar mudança de roupa.

“Como eu acredito profundamente na nossa época. Eu continuo a analisar os elementos que são determinares para a sua personagem, e não a limitar-me a tentar fazer a sua compreensível manifestação exterior. O que busco entender é o seu mais profundo, o seu sentido construtivo. Não é esta a essência, a propria finalidade da arquitectura? As diferenças do estilo, as trivialidades (frivolidades) de passar de moda, que são apenas ilusões ou máscaras, não me interessam.”³⁵

Nesta lógica de pensamento Corbusier desenvolve o sistema construtivo *Dom-ino*, este sistema construtivo é a base do seu trabalho e talvez a base da arquitectura moderna. O referido sistema, torna a estrutura do edifício e as suas paredes são autónomas, mantendo a mesma estrutura, constituída por lajes, pilares e vigas, as paredes são livres de assumirem inúmeras configurações e possibilitando a abertura de grandes vãos, o que dá origem ao conceito de parede cortina. Para Corbusier este sistema construtivo é a síntese do



Figura 30 - Le Corbusier, maquete de um edifício, sistema *Dom-ino*.

³⁴ GROPIUS, Walter - The Development of Modern Industrial Architecture, p.54. (tradução de autor).

³⁵ LE CORBUSIER - Ouvre Complète 1910-29, Zurich: Girsberger, 1929, p.11. (tradução de autor).

funcionalismo onde a arquitectura está despida de qualquer moda. No entanto, o facto de existir um esqueleto, ou um corpo, que depois é coberto, não por uma pele, porque a pele nunca é autónoma da estrutura, mas por planos independentes e autónomas relativamente aos “ossos” do edifício, torna em tudo estes planos semelhantes a roupas. Para Mark Wigley esta atitude de confinar o espaço por planos independentes do corpo é em tudo semelhante ao acto de vestir, que ele encara como um *ready-made*. (Fig. 30)

Mark Wigley é bastante esclarecedor ao definir a relação existente entre moda e arquitectura, moda e arquitectura são interdependentes, comportam-se de determinada forma pelo tempo que uma determinada moda autorizar esse comportamento.

“A arquitectura moderna não pode ser separada da concepção de vestuário, por um lado, os arquitectos trabalham como estilistas são completamente modernos nos termos da estereotipização da imagem da arquitectura moderna com a sistemática redução dos ornamentos e a dedicação à função. Por outro lado, os anti-ornamentalistas são completamente dedicados ao vestuário. E esses gestos não podem simplesmente ser separados. Os aspectos que marcam certos valores como precursores do moderno não podem ser separados dos meios que o moderno implica deixar para trás”³⁶.

A moda marca presença não só no vestuário e na arquitectura como em tudo o que está implicado na sociedade, o tempo que ela se mantém não é o mesmo para todos os “sectores” e nem todas as mudanças se prendem como as mesmas causas, no entanto, nada permanece o mesmo, excepto a mudança como afirmou Heráclito.

Esta mudança é aplaudida por uns e contestada por outros, os que aplaudem aceitam as transformações, os que criticam e reagem contra ela estão igualmente envolvidos na moda, a atitude de rejeição não pode deixar de ser considerada como moda. Assim, “a forma de resistência à moda emerge do próprio mundo da moda”³⁷.

³⁶ Mark Wigley in, FAUSCH, Deborah - Architecture in Fashion, Princeton Architectural Press, New York, 1994, p.202. (tradução de autor).

³⁷ WIGLEY, Mark - White Walls, Designer Dresses: The Fashioning of Modern Architecture, The MIT Press, Cambridge, 2001, p. 323. (tradução de autor).

3.3 - Ornamento e Crime

A diferença entre as roupas modernas, padronizadas e os demais objectos que continuavam a apostar generosamente na decoração despertou, a partir de Semper, o interesse de muitos anti-ornamentalistas que defendiam uma concordância moderna entre o homem, as suas roupas e as suas casas. Pelo tema interessaram-se Josef Hoffmann, Otto Wagner, Peter Behrens, Walter Gropius, Theo van Doesburg, dos quais se salientam Adolf Loos e Le Corbusier pela insistência no tema do vestuário como precursor do Movimento Moderno.

O ciclo da moda inicia-se pelo aparecimento de algo novo e diferente do instituído, a novidade é em si algo aliciante e provocatório, mas não tem uma aceitação imediata por todos. Começa por apresentar-se timidamente dentro de um grupo restrito, leva algum tempo a instalar-se e a difundir-se, quando a aceitação é por fim conseguida, e a moda é conhecida por todos à face da terra, na tentativa de se manter, faz um esforço derradeiro - o exagero, que acaba por extingui-la e dar origem a um novo ciclo que fará exactamente o mesmo percurso, com a ressalva de apregoar, na maioria das vezes, o contrário da moda anterior.

Loos faz este raciocínio a partir do exemplo das calças, da variação do modelo:

“Hoje andamos de calças justas, amanhã de calças largas e depois de amanhã de calças justas. Qualquer alfaiate sabe isso. Então, nesse caso poderíamos ter evitado a época das calças largas. Nem pensar! Precisamos dela para voltarmos a gostar de calças justas.”³⁸

Esta paixão pela mudança está inevitavelmente ligado com a perseguição de uma ideal de beleza, as pessoas mudam as suas roupas, as suas casas, sempre com a intenção de ficarem mais belas.

Muitos arquitectos, à semelhança de Loos, debateram a problemática do ornamento no seu trabalho, este interesse dominante pelo tema “ornamento” não é mais que o esgotamento de um ciclo da moda. O século XIX atingira o ponto de saturação na decoração da arquitectura e dos demais objectos de uso quotidiano. Nos antecedentes históricos os “ciclos da moda” fazem uma alternância entre os que privilegiam a ornamentação exuberante para exteriorizar e despertar emoções - o *pathos*, e os que procuram conter as emoções - *ethos*, primando pela contenção da decoração. A paixão do Barroco dá lugar à sobriedade do Neoclássico.

³⁸ LOOS, Adolf - Ornamento e Crime, Livros Cotovia, 2006, p.72. (tradução de autor).

No entanto, a reapropriação da estética clássica é, no século XIX, desapropriada face à maturação técnica já atingida, o Neoclássico é a máscara da industrialização. A apropriação do formulário Neoclássico para esconder os inestéticos materiais industriais suscitou os discursos anti-ornamentalistas.

Apoiando-se na iniciativa prévia de Semper, Sullivan pública em 1892 “Ornamento e Arquitectura”, onde critica a ornamentação fútil: “ Seria muito bom para a nossa estética, se se abstrai-se inteiramente do uso de ornamentos por um período de anos, de forma que o nosso pensamento se possa concentrar em edifícios bem formados e graciosamente nus”³⁹.

Em 1908, Adolf Loos pública “Ornamento e Crime”, partindo também de Semper e tendo conhecimento do trabalho de Sullivan, a colectânea de ensaios debate também a problemática da ornamentação. Neste conjunto de ensaios a critica não é dirigida directamente à arquitectura, mas aos objectos de uso quotidiano, móveis, utensílios domésticos e, em destaque, roupa. Loos é um fervoroso crítico da moda, “Moda! Que palavra tão horrível”⁴⁰, está moda que deteve a atenção do autor é a que cobre ano após ano todos os objectos com uma decoração diferente, na tentativa de os tornar mais modernos.

A ornamentação existe e prolifera porque é apreciada pelas pessoas, “o interesse público pela ornamentação dificilmente podia ser maior”⁴¹, neste apressado pelo ornamento Loos vê um modo de pensar muito primitivo, associando-o ao modo de vida indígena e portanto completamente incoerente com o modelo de vida actual; neste contexto o ornamento é um desperdício de recursos, anteriormente quando o ornamento vigorava isso significava, segundo o autor, um sacrifício de 95% da população, para que 5% pudesse ostentar riqueza; o que era agora inoportuno, aos objectos devia-se exigir praticidade e a beleza estaria no seu sentido utilitário não nos enfeites.



Figura 31 - Ilustração de Amédée Ozenfant, 1928, enfatizando a ideia da modernidade como purgação do ornamento arcaico.

³⁹ SULLIVAN, Louis - Ornament in Architecture, in Louis Sullivan: The Public Papers, Chicago: University of Chicago, 1988, p.80. (tradução de autor).

⁴⁰ LOOS, Adolf - Ornamento e Crime, Livros Cotovia, 2006, p.35.

⁴¹ Ibidem, p.15.

Loos encontrou no vestuário a modernidade que era desperdiçada pelos demais objectos:

“No entanto, fui envelhecendo e, ainda durante os meus anos de adolescente, apercebi-me de que, noutros tempos, o casaco combinava com o guarda-fatos onde era arrumado. Antigamente, ambos eram ornamentados e ambos representavam o mesmo exercício artístico e, assim, não tive outro remédio senão pensar sobre qual estaria mais correcto - se o casaco actual, sem ornamentos, ou o guarda-fatos com os seus ornamentos tradicionais em estilo renascentista, rococó e império? Estávamos de acordo que tanto o casaco como o guarda-fatos deviam corresponder ao espírito da época.

Eu decidi-me pelo casaco, disse que ele é que estava correcto. Achava que tinha sido ele, e não o guarda-fatos, que tinha sido criado no espírito da nossa época. O casaco não tinha ornamentos.”⁴²

O vestuário masculino era símbolo de modernidade, Loos concluiu que o vestuário masculino mantinha-se há décadas praticamente inalterado sendo apenas vítima de modificações ligeiras, e é isto que se pretendia exigir aos demais utensílios, que fossem modernos: “Objectos que são realmente verdadeiramente modernos são-no por muito tempo”⁴³.

A diferença entre estar bem ou mal vestido reside em estar, ou não, adequadamente vestido. A arquitectura do século XIX estava mal vestida porque se destacava da sociedade onde estava inserida, pode-se dizer que a arquitectura tinha adquirido um estilo *dandy*, esta diferenciação superficial não era bem vista aos olhos do pensamento moderno; o espírito moderno defendia a utilização de uma linguagem comum como o correcto e recriminava a futilidade do formalismo. Segundo Loos, a necessidade de se destacar pelas roupas era característica dos “intelectualmente limitados” que tinham “a necessidade de gritar a todo o mundo o que são e como são”. Neste pensamento há em simultâneo uma alusão a dois tipos de máscaras, a máscara *dandy*, criticada pela futilidade e superficialidade, que tem necessidade de se destacar dos restantes e a máscara moderna, máscara padrão que homogeniza e esconde todas as diferenças.

Em 1925, Le Corbusier publica “A Arte Decorativa”, à semelhança da publicação “Ornamento e Crime” de Loos, Corbusier parte da análise dos objectos de uso quotidiano para elucidar quanto ao percurso que a arquitectura deve seguir, um percurso de purificação.

⁴² Ibidem, p.240-241.

⁴³ Ibidem, p.115.

O autor observa a máscara decorativa como uma mentira, uma dupla mentira que esconde um objecto industrial e apresenta um objecto histórico igualmente falso.

“Primeira etapa: o homem, desarmado, endireita o melhor possível o lingote de ferro, a marteladas; não consegue fazer uma coisa digna de seu desejo. Mas quantos cuidados entretanto, que o esforço voltado para a perfeição!

Segunda etapa: a máquina, inventada, trefila o aço em perfis puros, lisos e matematicamente exactos. A idade do aço substitui a idade do ferro. Consequências incalculáveis.

Terceira etapa: o artista decorador. Religião: o trabalho à mão. Esse contestador inventa a máquina de deformar e faz à máquina objectos que parecem ter sido feitos à mão. Abominação!”⁴⁴

Nos seus estudos, Corbusier, apresenta sempre roupas, entre outros utensílios, que considera terem sido melhorados com a perda de ornamentação e terem instigado ao modernismo. Sugere que o vestuário foi o primeiro objecto a deixar a ornamentação e a assumir-se moderno: “Mas ao mesmo tempo (que objectos domésticos eram decorados) os motores ferroviários, o cálculo, o comércio, a luta pela precisão colocaram os bordados em questão e as roupas tendem a tornar-se uma planície negra, ou manchada; o chapéu de coco apareceu no horizonte”⁴⁵. O vestuário foi “obrigado” pelas circunstâncias a simplificar-se o que mais tarde se estendeu para os outros utensílios. (Fig.32)



Figura 32 - Ilustração de “A Arte Decorativa”, objectos que Corbusier considera terem sido melhorados por serem produto exclusivo da indústria anónima e não de artistas.

⁴⁴ LE CORBUSIER - A arte decorativa, Martins Fontes, São Paulo, 1996, p.211.

⁴⁵ Le Corbusier, in WIGLEY, Mark - White Walls, Designer Dresses: The Fashioning of Modern Architecture, The MIT Press, Cambridge, 2001, p. 17. (tradução de autor).

Le Corbusier tenta dissecar o conceito de “arte decorativa” defendendo que se trata de objectos utilitários e, como tal, não devem ter mais nenhuma função além dessa, não devem ter enfeites que prejudiquem a sua função primordial. Na sua definição Corbusier considera os objectos utilitários uma extensão do corpo humano.

“A arte decorativa é um termo vago e inexacto com o qual se representa o conjunto dos objectos-membros humanos. Estes atendem com certa exactidão a necessidade de ordem claramente objectiva. Necessidades-padrões, funções-padrões, portanto objectos-padrões, móveis-padrões. O objecto-membro humano é um servidor dócil. Um bom servidor é discreto e se retrai para deixar seu patrão livre.”⁴⁶

Esta relação entre o corpo e as próteses que devem ser discretas e úteis e é facilmente transportável para a sua arquitectura, onde é feita uma distinção clara entre a estrutura, elemento permanente, e objecto-membro, a roupa que cobre essa estrutura e que também não deve exceder as suas funções. As superfícies devem ser brancas (Lei de Ripolin) apelando ao ideal do purismo, deixando de lado todos os “excessos sensuais da decoração”.

Mallet-Stevens publica em 1938 “A Moda do Moderno” que coloca também o modernismo na posição de moda; ao contrário do defendido pelos modernistas, que a forma não é mais que o resultado de uma necessidade, não é nada além de funcional, e como tal não pode ser visto como uma moda (no sentido da efemeridade do termo).

Nas palavras de Mallet-Stevens, “A aerodinâmica do automóvel não é sempre essencial, muitas vezes é apenas uma moda. Já não é o resultado de cálculos, é uma ‘forma’ como um chapéu. A história do vestuário é longa em disparates, em extravagâncias irracionais (...) se certas modas agora inúteis ainda sobrevivem, as novas chegam a impor-se sem razão”⁴⁷.

⁴⁶ LE CORBUSIER - A arte decorativa, Martins Fontes, São Paulo, 1996.

⁴⁷ Rob Mallet-Stevens in, WIGLEY, Mark - White Walls, Designer Dresses: The Fashioning of Modern Architecture, The MIT Press, Cambridge, 2001, p. 89. (tradução de autor).

3.4 - Moda Masculina e Moda Feminina



Os primeiros trajés de que a história das primeiras civilizações dá notícia são bastante semelhantes para homens e mulheres, e mantêm-se imutáveis durante muitos séculos. Os egípcios usavam *sarong* forma mais elementar da saia, um rectângulo de tecido enrolado à volta da cintura, as mulheres usavam o mesmo traje embora mais comprido de forma a cobrir mais o corpo (Fig33); os gregos usavam *chiton*, seguiam a mesma lógica dos egípcios e o traje das mulheres era mais comprido; os romanos usavam a *toga* semelhante para homens e mulheres. As vestes dos gregos e romanos não passavam de grandes rectângulos de tecido nos quais se envolviam, apesar da simplicidade do corte, estes rectângulos eram bastante versáteis, possibilitavam várias formas de os vestir e criavam efeitos visuais bastante dinâmicos proporcionados pelas pregas que o tecido adequaria quando enrolado no corpo.

Os gregos mostraram-se sensíveis às proporções humanas tanto no vestuário quanto na arquitectura; nos templos dedicados a divindades masculinas foram utilizadas colunas robustas e sem ornamentos enquanto nos templos dedicados a divindades femininas se utilizaram colunas mais delgadas e ornamentadas.

Figura 33 - Pintura de Ramose e sua esposa na necrópole de Abd el-Sheikh Qurna, império de Akhenaton, (c. 1349-1333 a.C.), traje masculino e feminino bastante semelhantes.

Figura 34 - Templo de Hera II, Magna Grécia (c. 460 a.C.), templo Dórico dedicado a uma divindade masculina onde predomina a horizontalidade e robustez.

Figura 35 - Templo da Atena Nike, Acrópole de Atenas (c.425 a.C.), templo Jónico.

Figura 36 - Templo de Erécteion, Tribuna das Cariátides, Acrópole de Atenas (c. 405 a.C.)

A ordem Dórica é a estilização do ideal de beleza masculina, segundo Vitruvio as colunas dóricas representam “a força e a beleza do corpo de um homem”⁴⁸, estas são as colunas mais simples, com o capitel liso e sem base, tem apenas o plissado dos trajés masculinos (caneluras) representado no fuste. No seu conjunto os templos erigidos segundo a ordem Dórica expressam a sobriedade e robustez masculina. (Fig. 34)

De outro modo, a ordem Jónica procura expressar o carácter feminino, as colunas são mais estreitas e delicadas, tem uma base que se pode assemelhar a um sapato que juntamente com a pouca espessura as torna mais altivas, o capitel é decorado com volutas sugerindo um penteado cacheado, ao fuste cabe, também, representar nas suas nervuras as pregas dos vestidos femininos. (Fig. 35) Os templos de ordem Jónica são, em comparação com o de ordem Dórica, mais leves elegantes. Também a forma de colocar o *chiton* teve a distinção de Dórica, maneira como os homens deviam colocar e aos quais bastava cobrir a partir da cintura, e maneira Jónica segundo a qual as mulheres deviam cobrir todo o corpo, aos homens era mais comum *chiton* de lã e às mulheres de linho, mais leve e mais permissivo aos plissados.

O respeito pela proporção humana na arquitectura grega foi, ainda mais acentuado, pelas colunas antropomórficas que passaram a sustentar alguns templos. Cariátides e Atlantes foram as colunas figurativas que idealizavam a beleza feminina e masculina, respectivamente. (Fig. 36)

A diferenciação entre o traje masculino e o traje feminino veio com o Romanos, inicialmente, a *toga* era a veste de homens e de mulheres mas passou a ser mal visto uma mulher usar toga, o traje conveniente à mulher passou a ser a *stola* que pode ser considerado o vestido primordial. Apesar da distinção entre traje masculino e traje feminino ter sido feita tardiamente ela é já evidente nas colunas dóricas e jónicas, enquanto a ordem Dórica incutia a nudez, a simplicidade e a força masculinas, a ordem Jónica associava à feminilidade aos adornos.

Depois de criada a distinção entre roupas feminina e roupas masculinas, ambas continuaram a par no que diz respeito ao ornamento, o vestuário apesar de diferente para homens e mulheres foi igualmente adornado com generosidade. Só após a Revolução Francesa e a ascensão da burguesia é que o vestuário masculino evoluiu no sentido da simplificação, a nova classe dominante deixou a cargo das mulheres a ostentação do vestuário, “o homem abandonou a pretensão de ser belo e procurou unicamente ser prático”⁴⁹. Nas palavras de Massimo Baldini,

⁴⁸ Vitruvio in, Livro 4 dos 10 “De Architectura”.

⁴⁹ FLÜGEL, John Carl - Psicologia dell’abbigliamento, Angeli, Milano, 1982, p.123-124.

“O sucesso da moda é um sucesso no feminino. Foram as mulheres que favoreceram o *ethos* da mudança, o culto do novo, a paixão pelo insolência programada. Elas mais do que os homens, adoraram a mania do vestuário, quiseram aparecer (...) Quiseram ser desportivas e sexy, mulheres executivas e pobres esfarrapadas, ninfas e estrelas, *vampes* e primitivas exóticas”⁵⁰.

Enquanto a moda feminina se deliciava em mudanças frenéticas a moda masculina evoluía mais lentamente e no sentido da purificação. A contenção dos excessos na moda masculina interessou os modernistas que viram na simplicidade da moda um caminho para a arquitectura que queriam também mais simples, menos ostensiva e como tal mais duradoura.

A resistência à moda do vestuário masculino interessou Loos, “Quando observei a alfaiataria, pude chegar à conclusão de que cem anos não tinham produzido transformações assim tão profundas. Há cem anos usava-se um fraque azul com botões dourados; hoje usa-se um preto com botões também pretos”⁵¹. Da mesma forma que elogiou a moda masculina, em especial a alfaiataria inglesa, Loos não economizou críticas à moda feminina, acusando-a de uma “sensualidade doentia”, considerava os ornamentos uma marca da servidão da mulher, que depende deles para seduzir o homem e o tornar também servo:

“A nobreza de uma mulher apenas anseia por uma coisa: poder afirmar-se junto de um homem poderoso. Hoje em dia, esse anseio só pode ser satisfeito se ela conseguir conquistar o amor do homem. O amor faz o homem sujeitar-se à mulher, mas esse não é o amor natural. Se assim fosse, a mulher aproximar-se-ia dele nua, só que a mulher nua não atrai o

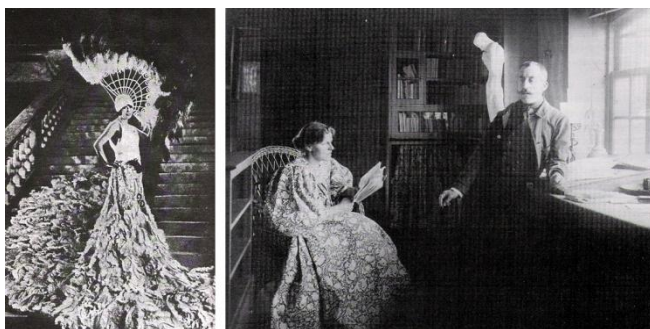


Figura 37 - Ilustração de Senhorita Mistinguette, cantora e atriz parisiense, famosa nos anos 20, ilustração de “A Arte Decorativa”.

Figura 38 - Maria Sèthe e Henri Van der Velde em casa, c.1898, vestido desenhado por Van der Velde em tecido de William Morris. Diferença entre o padrão floral do vestido feminino e a sobriedade do traje masculino.

⁵⁰ BALDINI, Massimo - A Invenção da Moda, Edições 70, Lisboa, 2006, p.19.

⁵¹ LOOS, Adolf - Ornamento e Crime, Livros Cotovia, 2006, p.242.

homem - pode até despertar o seu amor mas não o conseguirá manter. (...) A mulher começou a vestir-se e tornou-se um enigma para o homem, de modo a suscitar no seu coração a ânsia pela solução desse mistério”⁵².

Para Loos a roupa feminina em analogia à arquitectura é um crime, um crime de sedução imoral o qual deve ser combatido não só na arquitectura como também na moda o que, pelas palavras anteriores, pressupõe uma mudança de mentalidade e comportamento.

Uma crítica semelhante é feita por Giedion em Espaço, Tempo e Arquitectura, que define os ornamentos como “iscas sexuais” construtores de “fachadas eróticas” que devem ser banidas da arquitectura moderna. O modernismo propõe a separação da arquitectura e dos vícios da moda (moda feminina) para que assim possa produzir um “espírito pessoal, preciso e objectivo”.

Ainda na lógica da dicotomia feminino/masculino, Loos distingue, na arquitectura, o interior do exterior: “A casa deve parecer reservada do lado de fora, mas por dentro deve revelar toda a sua riqueza”⁵³. O exterior vê-o como um *smoking* masculino, o limite com o espaço público e como tal deve ser austero e sóbrio, tal como o homem moderno, deve ser uma máscara capaz de se integrar num conjunto exterior. O interior, pelo contrário, prende-se com o carácter feminino, é o local da sensualidade, mais susceptível ao individualismo e à autenticidade é o local de desconstracção da máscara social.

3.4.1 - *Le Petite Robe Noir*

A reformulação de vestuário feminino ocorrida na década de 20 é um caso particular da história da moda que, até agora tem sido contada e definida como “amor à mudança”⁵⁴, no entanto, no caso específico, a mudança radical no vestuário feminino estende-se para lá da ambição pela novidade.

⁵² Ibidem, p.133.

⁵³ Adolf Loos in, FAUSCH, Deborah - Architecture in Fashion, Princeton Architectural Press, New York, 1994, p.64. (tradução de autor).

⁵⁴ STOETZEL, Jean - Psicologia Sociale, Armando, Roma, 1964, p.278.



Figura 39 - Gabrielle Chanel, “*Le Petite Robe Noire*”.

Figura 40 - Anúncio para Mercedes Benz, modelo 8/38, Weissenhofsiedlung Double House de Le Corbusier e Pierre Jeanneret em plano de fundo, 1927.

Figura 41 - Audrey Hepburn e George Peppard em “*Breakfast at Tiffany's*”, 1961, concordância entre o vestuário e a arquitectura de fundo.

A primeira década do século XX foi marcada pela 1ª Guerra Mundial que obrigou as mulheres a um papel mais activo na sociedade, nesta época as mulheres ocuparam os postos de trabalho dos homens e experimentaram a independência relativamente ao sexo masculino. O prenúncio de emancipação feminina intensificou os movimentos feministas que não tardaram em dar frutos. O dinamismo exigido à mulher já não se compadecia com os vestidos longos e os espartilhos imobilizadores, assim a mudança comportamental feminina exigiu um vestuário adequado.

A mutação do vestuário feminino como resultado da emancipação da mulher, mais do que como resultado da moda, culminou nos “loucos anos 20”, no eufórico período do pós-guerra as mulheres recusaram-se a perder os direitos adquiridos durante a guerra e a regressar à submissão do ambiente doméstico, preferindo intensificar a vida social e compensar os anos de guerra com um novo estilo de vida, onde a exuberância e extravagância dominam. Para se igualarem aos homens em direitos, as mulheres serviram-se de um modo de vestir de tom masculino, cortes a direito, ausência de volume e de ornamentação foram as exigências feitas ao vestuário feminino; combinadas com toques de sensualidade dados pelos leves tecidos, normalmente seda, bainhas subidas, braços e costas nus.

Coco Chanel lança em 1926 um simples vestido preto, curto, sem mangas e ligeiramente acima do joelho. Este vestido foi apelidado pela Vogue Americana de Ford Chanel por analogia ao Ford T, também o vestido, tal como o carro, se diferenciou pela simplicidade, versatilidade e acessibilidade. Este vestido trouxe o preto à moda, o preto que antes tinha a leitura de “luto” passou a significar elegância e sofisticação, o modelo teve uma enorme aceitação pelo público feminino, em parte devido à publicidade do cinema o vestido foi considerado a síntese da moda do início do século XX e desde então tem sido recriado vezes sem conta.

A moda feminina que tinha sido alvo de tantas críticas por parte dos modernistas, acusada e de criminosa e imoral, foi nesta época elogiada. Le Corbusier que defendeu a brancura das superfícies e comparou-a à moda masculina, único caminho para uma arquitectura moderna, viu na nova moda feminina uma sensualidade complementar à brancura das suas superfícies.

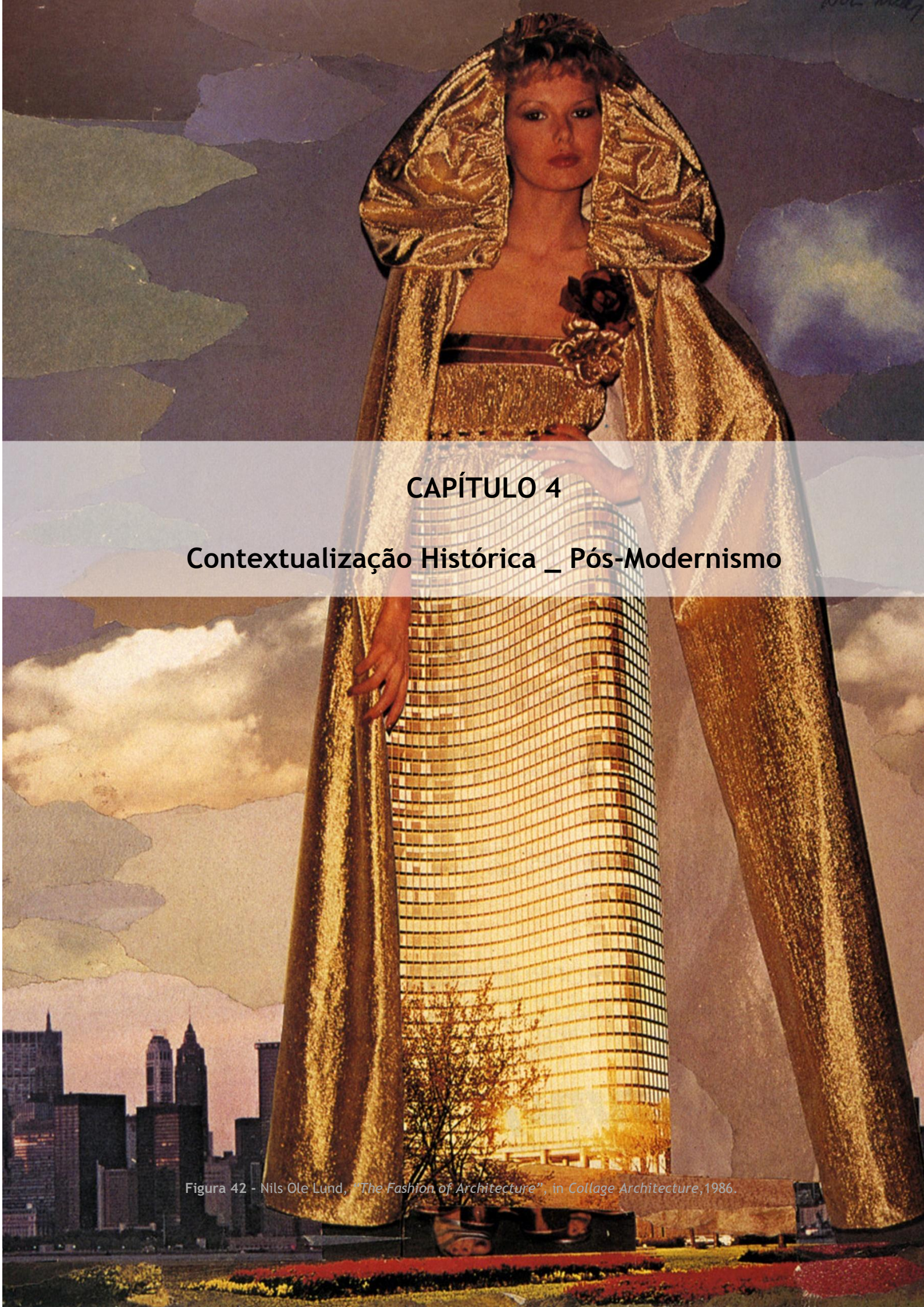
Em 1926, Le Corbusier tece elogios à moda feminina numa palestra na Argentina, as linhas rectas dos trabalhos de Coco Chanel e Balenciaga mereceram a atenção de Corbusier. A reforma no vestuário feminino é elogiada por colocar as mulheres numa posição socialmente activa:

“Assim, as mulheres cortaram os seus cabelos, suas saias e suas mangas. Elas saíram com a cabeça descoberta, os braços nus e as pernas livres. E vestiram-se em cinco minutos. E elas estão bonitas; elas atraem-nos com o encanto das suas graças que os criadores aceitaram e aproveitaram. A coragem, a virtude e o espírito de invenção com que as mulheres têm operado a revolução no vestuário são um milagre dos tempos modernos. Obrigado!”⁵⁵

O excesso dos anos antes da guerra foi substituído por uma eficiência que, sem enfeites, vê a capacidade da mulher seduzir ainda mais acentuada, pela presença activa que a mulher assumiu na sociedade. Esta capacidade sedutora da nova roupa feminina foi também influente na arquitectura de Le Corbusier que a considerou semelhante às vestes egípcias na fluidez e, conseqüente, respeito pela estrutura do corpo. O arquitecto articulou a camisa branca masculina com os espaços policromados femininos, tirando partido da sensualidade da combinação que realça o branco nas suas interrupções pela cor: “A neutralidade da camisa branca pode ser complementada com êxito num jogo atractivo de cor”⁵⁶. A atitude de Corbusier vai de encontro aos pensamentos de Loos e Gropius que não se mostravam contra toda a ornamentação mas contra a sua utilização como máscara para ocultar defeitos, aqui, a sensualidade, não é explorada para esconder, mas antes para valorizar a arquitectura.

⁵⁵ Le Corbusier in, WIGLEY, Mark - White Walls, Designer Dresses: The Fashioning of Modern Architecture, The MIT Press, Cambridge, 2001, p. 254-255. (tradução de autor).

⁵⁶ WIGLEY, Mark - White Walls, Designer Dresses: The Fashioning of Modern Architecture, The MIT Press, Cambridge, 2001, p. 257. (tradução de autor).



CAPÍTULO 4

Contextualização Histórica _ Pós-Modernismo

Figura 42 - Nils Ole Lund, "The Fashion of Architecture", in *Collage Architecture*, 1986.

4.1 - Pós-Modernismo

“A própria palavra ‘moderno’ exprime algo que se apresenta como uma sombra de uma pessoa que caminha. Como podemos libertar-nos da nossa própria sombra? Não sem razão, os expoentes mais corajosos e radicais da crítica ao Movimento Moderno foram obrigados a decidir-se, para definir a sua atitude com o adjectivo mais incómodo e paradoxal: “pós-moderno”, o único que permitia claramente o repúdio de uma continuidade.”⁵⁷

O conceito de Pós-moderno é tão ambíguo quanto as suas propostas, surge ainda no início do século XX, por Arnold Toynbee, para descrever um novo ciclo histórico iniciado no final do século XIX que conceptualizava algumas características pós-modernas com o fim do individualismo e do cristianismo, mas é na segunda metade do século que se expressa convictamente. De um modo geral expressa-se em três áreas distintas, na literatura (filosofia e ciências sociais), nas artes plásticas e na arquitectura. É, no entanto, um movimento multifacetado e policultural, como tal teve repercussões nos mais variados domínios culturais como na música, no cinema e na moda; primou pela pluralidade admitindo todos os discursos como válidos, foi um movimento despolitizado com tendência para a tolerância e até para o neutralismo social.

Jean-François Lyotard, estudioso da pós-modernidade, apresenta o Pós-modernismo como resultado do descrédito das grandes narrativas⁵⁸, base do pensamento modernista; as consequências nefastas da crença na ciência e no progresso herdadas do Iluminismo e do Positivismo geram um movimento contrário, distante dos dogmas modernos e da perseguição ao progresso; o movimento mostra-se mais flexível propondo uma dissolução entre as fronteiras culturais (alta cultura e cultura de massas) bem como uma reconciliação com o passado histórico.

O Pós-modernismo é, então, uma consequência inevitável do Movimento Moderno, depois das guerras e com o regresso da estabilidade, os ideais modernistas tornam-se incompatíveis com a nova sociedade. O Modernismo que vivera a ânsia progressista carrega consigo o peso de

⁵⁷ PORTOGHESI, Paolo - Depois da Arquitectura Moderna, Edições 70, Lisboa, p.15.

⁵⁸ Por grandes narrativas ou metanarrativas entende-se, no contexto da filosofia, um texto, uma narrativa, capaz de expressar todo o conhecimento, toda a verdade absoluta. Lyotard considera o Iluminismo, o Idealismo e o Marxismo metanarrativas que, de um modo geral, apresentavam uma solução única e eficaz de atingir a felicidade.

O insucesso do dogmático Movimento Moderno, fundamentado em grandes narrativas, leva Lyotard a afirmar que o Pós-modernismo representa a ruptura com as verdades absolutas, que várias leituras são possíveis para os fenómenos históricos, introduzindo a pluralidade e a diversidade.

indesejáveis efeitos colaterais, duas Guerras Mundiais, a explosão de duas bombas atómicas, o massacre aos judeus além dos avultados prejuízos ambientais, são o resultado do progresso modernista. Todos estes acontecimentos levam ao desacreditar das promessas modernas; se na primeira metade do século se privilegiou a identidade, unidade, certeza e autoridade, a segunda metade do século vem fazer uma contraproposta assente na diferença, pluralidade, textualidade e cepticismo.

A estética pós-moderna desenvolve-se, de igual modo, contrariamente à estética moderna, enquanto o Modernismo procurou a cada passo o novo e desprezou todas as conquistas passadas, o mundo pós-moderno propôs um resgate histórico e uma reconciliação com as formas do passado que utilizou num *pastiche* irónico e provocatório. Esta atitude foi especialmente visível na arquitectura e no *design*, que se apropriaram do vocabulário formal de diferentes períodos históricos, descontextualizando-o e procurando explorar a sua capacidade semiótica.

A entropia defendida pela Pós-modernidade leva a que as obras deste período não apresentem uma linguagem comum, embora todas elas valorizem o papel da comunicação, fazem-no de um modo muito diversificado. A *Pop art*, o Minimalismo, o Conceptualismo ou a Performance, dentro das suas linguagens, questionam acerca do significado da arte, retiram-lhe a dimensão utópica e aproxima-a das massas e dos objectos de consumo, especialmente a *Pop art*.

Na visão de Frederic Jameson o Pós-modernismo é “a lógica cultural do capitalismo tardio” (última fase do capitalismo a partir de 1960) período da globalização, das corporações multinacionais e do consumo em massa, época onde o poder da comunicação e da imagem é imperativo e se dá a “mudança da produção para a reprodução”⁵⁹. Da globalização é indissociável a pluriculturalidade pós-moderna, uma vez que na lógica comercial da sociedade global não se permite excluir linguagens ou culturas, pois isso significaria excluir mercados.

A heterogeneidade pós-moderna aliada ao consumismo representará uma mudança drástica no mundo da moda, os jogadores de topo da moda são substituídos, a alta-costura dá lugar ao *prêt-à-porter* radicado na eclética moda de rua. Esta mudança provoca um estreitar da relação moda/arquitectura as marcas motivadas pelo consumismo e pela globalização têm necessidade de se publicitar e de construir uma imagem corporativa, do espírito pós-moderno

⁵⁹ HEARTNEY, Eleanor - Pós-Modernismo, Editorial Presença, Lisboa, 2002, p.6. No contexto do Pós-modernismo a reprodução de imagens, objectos e formulário histórico foi imperativa, a preocupação da época não se prendeu, na generalidade, com o progresso e a produção de algo novo. A atitude dominante foi a replicação do existente.

surgem as *flagships stores* que ocupam assiduamente as mais importantes ruas comerciais ao nível mundial.

4.1.1 - Arquitectura Pós-Moderna

“Não tem sentido livrarmo-nos do passado para pensar apenas no futuro. Até o facto de nisto se acreditar é já uma ilusão perigosa. A oposição entre o futuro e o passado é absurda. O futuro não nos traz nada, não nos dá nada; somos nós que, para o construir lhe temos de dar tudo, dar-lhe a nossa vida. Mas para dar, é necessário possuir, e nós não possuímos outra vida, outro sangue além dos tesouros herdados do passado e dirigidos, assimilados, recriados por nós. Entre todas as exigências da alma humana, nenhuma é mais vital que a do passado.”⁶⁰

Tal como sempre acontecera, o Movimento Moderno passou por vários estágios, desde a sua formulação, depois da aceitação, a expansão conduz inevitavelmente à decadência, como em todos os ciclos. A partir da segunda metade do século XX as preocupações funcionalistas da arquitectura moderna passaram a ser vistas com outros olhos, não mais como uma mais-valia, mas como um conjunto de inibições, proibições e restrições à liberdade criativa, sendo por isso prejudiciais à metamorfose linguística e por consequentemente um embargo à liberdade criativa.

O Modernismo havia sido considerado como a síntese de todos os estilos que o antecederam historicamente, não sendo considerado como mais um deles mas como “a superação de todos os estilos”⁶¹ uma realidade que não pode ser alterada, pelo menos enquanto a era industrial vigorar.

Com a mudança de mentalidade e superação da era industrial em favor do que viria a ser a era global, a arquitectura moderna terminou, para também ela dar lugar a algo novo, a uma arquitectura oposta à que lhe dá origem. Se o Modernismo foi completamente avesso ao ecletismo, o Pós-modernismo irá idolatrá-lo; não será o mesmo ecletismo que deu origem à arquitectura moderna, mas um ecletismo livre e despreocupado.

⁶⁰ Simone Weil, A Primeira Raiz in, PORTOGHESI, Paolo - Depois da Arquitectura Moderna, Edições 70, Lisboa, p.45.

⁶¹ PORTOGHESI, Paolo - Depois da Arquitectura Moderna, Edições 70, Lisboa, p.13.

A arquitectura moderna propunha a aproximação aos objectos de consumo, Le Corbusier persistiu na ideia da “casa é uma máquina para habitar”, o que implicou o uso de materiais industriais, artificiais. A utilização destes materiais acarretou consequências ambientais, o uso de metal em quantidades astronómicas bem como a quantidade de energia consumida pelos edifícios modernos foram criticados pelos pós-modernos.

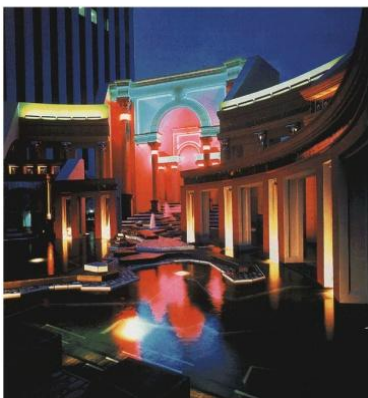


Figura 43 - Robert Venturi, Vanna Venturi House, Philadelphia, 1964.

Figura 44 - Louis Kahn, Salk Institute for Biological Studies, California, 1965.

Figura 45 - Charles Moore, Piazza d'Italia, New Orleans, 1978.

A arquitectura moderna é ainda acusada de “morrer jovem” uma vez que não tem a capacidade de envelhecer dado o rápido processo de degradação dos materiais que a constituem, o que “gerou um tipo de arquitectura de efémera juventude, incapaz de envelhecer com dignidade: arquitectura que se muda como um automóvel ou um fato, para que não esteja fora de moda”⁶²

Os edifícios modernos que surgiram para combater o desperdício causado pela ornamentação da arquitectura que a precede, tornou-se também ela causadora de um grande desperdício energético e desgaste ambiental, no “consumo dos recursos limitados existentes na terra, que ainda mais, requer a continua renovação do efémero património”⁶³.

A divisão das cidades em áreas, seguindo uma lógica funcional - *zoning*, foi também mal visto pelos pós-modernistas, uma vez que esta divisão criava um desconforto nos cidadãos que se deslocavam periodicamente entre as zonas de residência, trabalho e lazer. Esta estruturação foi criticada por criar guetos que acarretavam um desperdício de energia mecânica e destruíam a vitalidade da cidade tornando-a alienante.

⁶² Ibidem, p.28.

⁶³ Ibidem.

A arquitectura moderna é ainda criticada pelo seu intelectualismo, pelas formas abstractas e herméticas que passaram longe do entendimento dos reais cidadãos modernos, o não apressa da arquitectura moderna pelas massas foi inverso à aceitação e apreço que a arquitectura pós-moderna conquistou.

Na era pós-moderna, a arquitectura define-se não só por antagonizar a arquitectura moderna como também pela inspiração em momentos históricos que lhe são semelhantes, como é o caso do Maneirismo e do Barroco. A arquitectura pós-moderna comporta-se de uma forma evolucionista, não apaga as evoluções conquistadas pela modernidade, mas utiliza-as a gosto, retirando-lhe todo o peso dogmático e dando-lhe a possibilidade de várias leituras e interpretações, o que facilmente caiu no gosto popular.

Philip Johnson, precursor da arquitectura pós-moderna ajudou, anteriormente, a formular os princípios do Estilo Internacional que entendeu como uma linguagem transitória e tornou-se um defensor acérrimo da liberdade expressiva e do ecletismo:

“Hoje existe apenas uma única coisa absoluta, a transformação. (...) Existe apenas a sensação de uma maravilhosa liberdade da possibilidade ilimitada de criar, explorar, de um passado ilimitado de grandes arquitecturas da história para ser desfrutado. (...) Sou suficientemente velho para ter apreciado imensamente o Estilo Internacional e trabalhado no seu âmbito com a maior alegria. Contudo, creio que Le Corbusier e Mies são os maiores arquitectos vivos. Mas agora os tempos mudam muito depressa. Os antigos valores difundem-se de novo com uma velocidade vertiginosa electrificante. Viva a Transformação!”⁶⁴

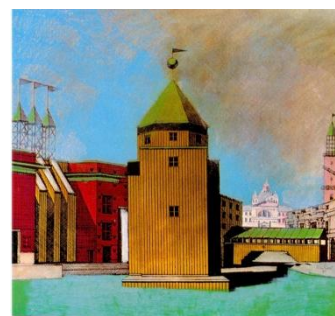


Figura 46 - Aldo Rossi, projecto para a Bienal de Veneza, teatro flutuante “Teatro del Mondo”, 1979.

Figura 47 - Mario Botta, *Round House*, Suíça, 1980.

Figura 48 - Philip Johnson & John Burgee, “AT&T Building”, *Madison Avenue*, NY, 1984.

⁶⁴ Ibidem, p.53.

Em 1966, Robert Venturi publica *Complexity and Contradiction*, esta publicação foi rapidamente difundida e comparada a *Vers une Architecture* de Le Corbusier, dado ambas tratarem de dar a conhecer uma nova estética que alerta para uma nova sensibilidade artística. No caso de “Complexidade e Contradição” apelava-se a uma memória histórica colectiva conjugada com um carácter provocatório; Venturi ansiava por “uma arquitectura complexa e contraditória baseada na riqueza e ambiguidade da vida moderna e da prática da arte.”⁶⁵

A *Pop art* tem um papel determinante na arquitectura pós-moderna, uma vez que consegue sintetizar a importância dos objectos de consumo com o poder de comunicação da arte e por fim fazer uma interacção eficaz com a realidade das massas, o que coincide com as intenções a que a arquitectura pós-moderna se propôs. No entanto, a realidade ambígua pós-moderna dá lugar não só a trabalhos impulsionados pela estética *pop*, como também a outras linhas de pensamento, como é o caso do Minimalismo.

O Minimalismo igualmente enraizado na ruptura com a modernidade e com as vanguardas, convictas da personalização da arte, vincula-se à pureza e simplicidade extremas, desligando-se de tentativas de expressar o ponto de vista do autor ou de reflectir o mundo exterior, o Minimalismo volta-se para si mesmo. Os objectos minimalistas, concebidos por uma atitude extremamente redutora apelam formalmente à pureza modernista, sendo no entanto a sua preocupação mais direccionada para a estética que para a funcionalidade. Ao contrário do da intenção da *Pop art*, o Minimalismo distancia-se das massas, caracteriza-se pela concepção de materiais caros, que serão utilizados com diferenciadores sociais.

A juntar ao ecletismo e à capacidade semiótica da arquitectura, os pós-modernos guardaram de Wright a preocupação com o lugar, não só com o lugar físico/geográfico, mas com o lugar sociocultural e histórico. Esta preocupação foi especialmente saliente em Charles Moore, que considerou que o período moderno se havia preocupado em demasia com o efeito de estranheza esquecendo-se da confortável sensação de familiaridade presente na memória histórica.

Robert Stern sintetiza o conjunto de princípios que as obras pós-modernas devem contemplar; ele considera que a aplicação de ornamentos não é um crime; o ecletismo é mais interessante que a procura do novo; os edifícios devem estar integrados no envolvente “integração contextual”; os edifícios devem estar formalmente ligados ao facto que lhes deu origem,

⁶⁵ Robert Venturi, *Complexity and Contradiction* in, PORTOGHESI, Paolo - *Depois da Arquitectura Moderna*, Edições 70, Lisboa, p.92.

devem “contar histórias” e servir-se das suas fachadas para comunicar e não apenas para separar o interior do exterior.

A par do interesse pelo ecletismo e pela cenografia surge nos anos 60 um grupo distinto, incitado pela ficção-científica que ocupou o cinema e a moda da época, os *Archigram* emergiram do universo *pop* e propuseram, em publicações esporádicas, um novo caminho para a arquitectura; criticaram a produção, representação e o ensino da arquitectura expressando-se através de uma linguagem acessível à compreensão geral e um grafismo inspirado na banda desenhada.

Ao contrário do defendido pelas demais realizações, no âmbito da arquitectura, da época, este grupo considerou que o caminho que os liga à realidade era o caminho tecnológico, aproximando-se neste ponto das vanguardas do século XX. As suas produções *high-tech* concretizaram-se apenas em teoria, sendo, no entanto, aplicadas de formas alternativas no mundo contemporâneo.

4.1.2 - A Moda nas Décadas de 60 e 70

A moda das décadas seguintes ao período de guerra reflectiu, como sempre, os acontecimentos do meio envolvente; durante o período da guerra a moda francesa teve dificuldade em chegar à Inglaterra e aos Estados Unidos, o que obrigou estes países a desenvolverem uma linguagem própria na impossibilidade de importarem a moda francesa que até à data ditou as regras no mundo ocidental.

O afastamento dos Estados Unidos do palco principal da guerra possibilitou um desenvolvimento sólido de uma moda própria que viria a ser adquirida pela Europa, este país primou pela praticidade e utilidade da moda criando o conceito de *sportswear* que passou a comercializar com sucesso. Também os britânicos habituados à produção de artigos utilitários, foram prontos na industrialização da moda, desenvolveram uma moda própria que veio a ter uma grande aceitação em especial nas camadas mais jovens.

Em Paris, o fim da guerra significou o retorno à feminilidade, a vontade de voltar aos tempos áureos tornou as saias mais rodadas e esvoaçantes, cinturas bem marcadas e silhuetas muito elegantes; também a moda masculina se tornou mais elegante inspirando-se na era eduardiana. Desta época destacam-se em Paris as casas *Dior*, *Balenciaga* e *Balmain*, que se despedem do apogeu da alta-costura para, nos anos 60, se dedicarem também ao *prêt-à-porter*. Em 1957 Paris, pressionado pelo mercado, realiza o primeiro salão de *prêt-à-porter* feminino.

Desde o início dos anos 50 que o pronto-a-vestir vinha a ganhar terreno no mundo da moda, a aliança entre a moda e a indústria proporciona às massas o acesso à moda, a moda “feita por medida” dá lugar à moda padronizada, roupas igualmente assinadas por estilistas, mas sem a condição de exclusividade e por isso economicamente mais acessíveis.

A moda dos anos 60 foi bastante diferente da sua antecessora, enquanto nos anos 50 a tendência foi a nostalgia do início do século, em 60 a moda tinha os olhos postos no futuro, a rebeldia marcou a moda da década. As saias ficaram mais curtas que nunca, o cabelo usava-se comprido e solto e a estética da moda inspirava-se na *pop art*, na música e no cinema, especialmente. Formalmente a roupa despediu-se das silhuetas bem definidas do século anterior, tornou-se recta, geométrica e erótica, deixando grande parte do corpo despido.

O fim da hegemonia parisiense e na alta-costura ocorrida em 60, em muito se deve à reivindicação das jovens por uma moda própria, diferente da das suas mães, uma moda popular que reflectisse a sua personalidade. A América e a Inglaterra tomaram aqui a frente da moda jovem, na América faziam sucesso os *jeans*, as calças *skinny* e as *sabrinas* de *ballet*.

A indústria do *prêt-à-porter* tornava-se cada vez mais forte, muito desenvolvida nos Estados Unidos dedicando-se maioritariamente à moda desportiva que começou a exportar para a Europa. Na Europa a moda jovem assumiu o comando, Londres foi o maior ponto de difusão da moda, as tendências começaram a mudar cada vez mais rápido, “os anos 60 foram como uma corrida frenética das raparigas para comprar o último ‘grito’ e dos desenhadores para produzir o seguinte”⁶⁶.



Figura 49 - Twiggy com vestido de Mary Quant, anos 60.

Figura 50 - André Courrèges, “*Space Age Collection*”, 1964.

Figura 51 - Modelos dos anos 60, filme “*Blow Up*”, 1966.

Figura 52 - “*The Who*”, associados à estética *mod*.

⁶⁶ LAVER, James - Breve Historia Del Traje Y La Moda, Catedra, 2000, p.263. (tradução de autor).

Mary Quant, depois do seu sucesso com a venda de acessórios de moda e de entender os anseios do público jovem, criou em 1964 a mini-saia que se tornou rapidamente num grande sucesso popular. No mesmo ano, André Courrèges lança a colecção *Space Age* e reivindica, também ele a invenção da mini-saia. Ambos os criadores propuseram silhuetas direitas e cilíndricas; Mary Quant apostou em cores e padrões psicadélicos enquanto Courrèges, movido pelo interesse espacial da época, utilizou mais o branco e os motivos geométricos nas suas colecções evocando os fatos dos astronautas. Com os “figurinos espaciais” era conjugada uma maquilhagem muito carregada, principalmente na zona dos olhos através da utilização de cílios postiços.

O carácter plural da época e o facto da moda passar a ser ditada pela população mais jovem levou a que a rua se tornasse o lugar de maior expressão da moda, onde coabitavam estilos heterogéneos; dois quais se destacam, nos anos 60, os *mods* e os *rockers*. Os *mods*, abreviatura de modernistas, caracterizavam-se pela sua relação de proximidade com as tendências da moda, vestiram-se influenciados pela alta-costura francesa e italiana, usavam *blazers*, camisas *jeans slim*, gravatas finas e sapatos de *bowling*, o seu meio de transporte de eleição eram as *scooters*, geralmente vespas. A transposição da moda *mod* para o feminino gerou um estilo andrógino, as raparigas usavam camisas e calças masculinas e cabelo curto, a modelo Twiggy foi responsável em boa parte pela divulgação do estilo *mod*.

Em oposição, os *rockers* usavam casacos e botas de couro pretos, deslocavam-se em motos e tinham em comum com os *mods* apenas o uso de calças *Levi's*, foram mais associados à marginalidade em comparação com os *mods*. A música influenciou igualmente ambos os grupos, no caso dos *mods* o *jazz* e o *R&B* e posteriormente o *pop rock*. Os *rockers* originários da cena do *rock and roll* evoluíram no sentido do *hard rock* e do *punk rock*.

No final dos anos 60, a euforia desvaneceu-se, o que, claramente, se reflecte na moda, a esquizofrenia e agressividade das cores e do plástico dava lugar à maleabilidade e suavidade das malhas



Figura 53 - Marlon Brando em “The Wild One”, 1953, imagem rocker.

Figura 54 - David Bowie, glam rock, anos 70.

Figura 55 - Jimi Hendrix, folk, anos 70.

características de um estilo de vida mais calmo, as malhas eram complementadas com padrões florais e cabelos longos e ondulados sugerindo romantismo.

Nos anos 70, a moda caracterizou-se por ser muito eclética, da década anterior manteve a mini-saia e popularizou o *folk* característico dos *hippies*, as suas roupas étnicas e o uso abusivo de ornamentos. Nesta época as roupas dos homens e das mulheres tornaram-se bastante similares, camisas apertadas com motivos florais, colarinhos exagerados e saltos de plataforma foram usadas por ambos os sexos. Os homens usaram calças à “boca-de-sino” e as mulheres saias que oscilavam entre a mini-saia, variante *hot pants*, e saias médias “*midis*” e as *maxi*, até aos tornozelos.

As maiores extravagâncias ficaram a cargo dos apreciadores do *glam rock*, ao qual estava profundamente ligado com a moda, difundiu as roupas em cetim colorido, calças de cintura subida, salto altos, lantejoulas, maquilhagem exagerada e uma ambiguidade sexual, David Bowie é especialmente representativo da estética *glam*.

A par do *glam rock* a popularização das discotecas influenciou também a moda, a cor e o brilho proliferaram também no estilo *disco*, as roupas dos homens foram especialmente expressivas neste aspecto, enquanto no vestuário feminino se destaca a utilização das “malhas” que facilitam os movimentos.

Já no fim dos anos 70, o movimento *punk* começa a ganhar maior relevo, associado directamente aos pensamentos anarquistas, utiliza uma linguagem visual muito própria e facilmente identificável, *jeans* justos, negros e rasgados, acessórios agressivos inspirados em objectos de tortura, piercings, tatuagens, cabelos coloridos e desestruturados compõe o visual *punk* que será influente na moda da década seguinte.

Das décadas de 60 e 70 é saliente a heterogeneidade, surgem vários nichos urbanos distintos nos códigos semióticos que estabelecem, é no entanto comum a todos, a utilização da moda como forma de expressão. A moda é utilizada como factor de coesão, forma de expressão individual e simultaneamente colectiva; as roupas passam a denotar pensamentos, sentimentos ou ideologias, de forma mais indirecta, como no caso da conotação com determinado grupo social, ou directamente através da estampagem de frases ou imagens na roupa, especialmente em *t-shirts*.

A industrialização da moda é o factor determinante no desenvolvimento do seu poder comunicativo, o aparecimento do conceito marca, *griffe*, à escala global leva os consumidores, presos à vontade dual da integração/diferenciação social, a publicitarem consciente e voluntariamente as marcas de moda.

4.2 - Fachada, Estética de Comunicação

“A separação da parede e da estrutura através do *appliqué* de painéis sobre ou dentro de uma moldura é familiar para nós na arquitectura Moderna. Quando as paredes ou os painéis modulares independentes foram coloridos ou texturizados (raramente eram estampados), o que proporcionou um efeito quase ornamental diferente e raro nesta arquitectura. Mas estas paredes não estruturais da arquitectura Moderna eram essencialmente espaciais na sua função - os painéis de mármore intercalados na grelha do Pavilhão de Barcelona dirigindo a fluência do espaço; as paredes curvas que serpenteiam através das divisões do parlamento em Chandigarh enclausurando os espaços privados enquanto os painéis modulares complementam a grelha estrutural do mesmo edifício. Em vez disso, eu tenho defendido o uso de *appliqué* como um signo, cuja função não é basicamente espacial ou estrutural, mas comunicativa, através do simbolismo e do ornamento.”⁶⁷

A arquitectura Pós-moderna apresenta-se como a purgação do Modernismo, para restituir ao panorama arquitectónico toda a expressão e simbolismo que as paredes brancas modernas haviam contestado. Como já referido, a arquitectura deste período procurou motivos de expressão em momentos históricos, valorizou o ecletismo, a ornamentação e a estética *pop*.

O pastiche Pós-moderno foi bem recebido pelo público em geral, sendo no entanto muito criticado dentro da área da arquitectura, onde foi acusado de superficialidade e de se apropriar indevidamente do formulário histórico criando com essa apropriação uma falsidade identitária. A reconciliação com o ornamento vai de encontro ao pensamento de Semper que considera o ornamento como “o primeiro e mais importante passo na direcção da arte”⁶⁸, considera que a capacidade de usar ornamentos é o elemento diferenciador do homem em relação aos animais, representação da sensibilidade e inteligência humana.

⁶⁷ Robert Venturi in, FAUSCH, Deborah - Architecture in Fashion, Princeton Architectural Press, New York, 1994, p.349. (tradução de autor).

⁶⁸ FAUSCH, Deborah - Architecture in Fashion, Princeton Architectural Press, New York, 1994, p.48. (tradução de autor).

“Eu acho que a indumentária e a máscara são tão antigos quanto a civilização humana e a alegria em ambos é idêntica à alegria que levou os homens a serem escultores, pintores, arquitectos, poetas, músicos, dramaturgos, enfim, artistas. Toda a criação artística, todo o prazer artístico pressupõe um certo espírito carnavalesco, ou para me expressar de uma maneira moderna - a névoa do carnaval é a verdadeira atmosfera da arte. A negação da realidade, do material, é necessário se é a forma de emergir como um símbolo significativo.”⁶⁹

A visão da arquitectura como experiência emocional e sensorial que depende do passado e da memória leva os pós-modernistas a considerarem a arquitectura Moderna como reducionista do que pode ser a arquitectura se desenvolvidas as suas capacidades expressivas, a capacidade comunicativa da arquitectura, Venturi entende a arquitectura como “um abrigo com símbolos em si”⁷⁰.



Figura 56 - Otto Wagner, Majolikahaus, Viena, 1988.

Figura 57 - Otto Wagner, Postsparkasse, Viena, 1912.

Seguindo a lógica construtiva moderna, considerando as paredes como estruturas autónomas, independentes do corpo do edifício, Robert Venturi e Denise Scott Brown defendem que as paredes não têm de estar “presas” ao edifício, devem ser desligadas de preocupações funcionais e deterem-se com preocupações simbólicas e comunicativas. Se existe um corpo e uma estrutura autónoma que funciona como roupa, não há necessidade que todos os edifícios vistam o mesmo uniforme branco, tal como as pessoas adequam o que vestem às actividades que desempenham ou ao local onde se encontram, também os edifícios devem ser sensíveis ao meio, vestidos adequadamente para diferentes ocasiões, tendo em conta o local onde se encontram, a actividade a que se destinam e a mensagem que transmitem.

⁶⁹ Ibidem.

⁷⁰ FAUSCH, Deborah - Architecture in Fashion, Princeton Architectural Press, New York, 1994, p.348. (tradução de autor).

A fachada, deve portanto demitir-se de funções técnicas, o seu papel é o da comunicação, deve “falar” através de símbolos, signos, sinais mais ou menos perceptivos, “A arquitectura depende, na sua percepção e criação na experiência do passado e da associação emocional... esses elementos simbólicos e representativos podem muitas vezes ser contraditórios com a forma, estrutura e programa com o qual coabitam no resto do edifício”.⁷¹

A “estética da máscara” formulada por Otto Wagner e desprezada pelos modernistas volta a ser resgatada por Venturi; Wagner oferecia o seu trabalho, a sua arte, a todos, não só aos utentes dos seus edifícios. Majolikahaus (1988) e Postsparkasse (1912) são um exemplo de como vestir a arquitectura com subtilidade e delicadeza. (Fig.56 e 57)

“Como a roupa fina e flutuante do corpo feminino na escultura grega antiga, revelando a beleza tanto quanto esconde, o tratamento de Wagner da estrutura e da construção explora um tipo similar de delicadeza, jogo sensual... Esse exacto princípio dá ao interior do Postsparkasse a qualidade da seda e da transparência. O véu de vidro é levantado sobre estacas de ferro que cuidadosamente cortadas desaparecem gentilmente na sua pele. A teoria do “vestir” (*bekleidung*) de Semper não consegue encontrar uma interpretação mais engenhosa...”⁷².

Tal como veio a fazer posteriormente Venturi, Wagner vê a superfície como elemento não estrutural e sem a necessidade de se fazer passar por um, camuflando-se com a estrutura. A superfície é compreendida autonomamente como uma tela onde se podem expressar emoções.

4.3 - Robert Venturi e Denise Scott Brown Sobre Moda e Arquitectura

Em 9 de Dezembro de 1990, Robert Venturi e Denise Scott Brown participaram numa conferência sobre moda e arquitectura na Universidade de Princeton em New Jersey, da qual ficam alguns excertos.

⁷¹ Ibidem.

⁷² Fritz Neumeyer in, FAUSCH, Deborah - Architecture in Fashion, Princeton Architectural Press, New York, 1994, p.353. (tradução de autor).

Robert Venturi sobre os ciclos da moda:

“Eu gostaria de colocar a moda no contexto de ciclos de gosto - evolução de sensibilidade - que dizem respeito à percepção de todas as artes, não só à moda e ao vestuário - ciclos que oscilam entre a subtileza e o exagero, subtileza e *hype*. Nós estamos dentro da faixa do *hype* agora. Por exemplo, a batida da música pop é forte e dinâmica e o seu tom é dissonante; vestuário, entretanto, promove um alto contraste de cores e de valores, padrões e silhuetas exageradas - acolchoados, ombros aumentados e saias muito curtas. Da mesma forma, o estilo arquitectónico do desconstrutivismo envolve pouco mais do que um vocabulário Moderno ortodoxo *hyped-up* através de distorções, sobreposições, e exageros de escala; o vocabulário original, vocês vão-se lembrar, foi expressado em termos subtis, com detalhes subtis, dentro de um intervalo relativamente pequeno de escalas: o que foi chamado de "escala humana" foi o que predominava na época. De certa forma a teoria e filosofia modernas eram puritanos, enfatizando a frontalidade e a harmonia - estrutura e forma direitas, composição relativamente harmoniosa. Desconstrutivismo em arquitectura emprega esses mesmos elementos, mas exagera-os de tal moda que faz lembrar uma fila de senhoras Quaker a dançar can-can.”⁷³



Figura 58 - Robert Venturi e Denise Scott Brown

As alterações na sensibilidade de gosto são as responsáveis pelas variações, tanto ao nível do vestuário, quanto da arquitectura; assim, ao longo da história sucedem-se períodos de subtileza e

⁷³ Robert Venturi in, FAUSCH, Deborah - Architecture in Fashion, Princeton Architectural Press, New York, 1994, p.363. (tradução de autor).

períodos de exagero.

No entanto, e mesmo dentro das diferentes sensibilidades que optam pela sobriedade ou pelo exagero, Venturi contesta o *hype* na arquitectura uma vez que rapidamente se torna desajustado, passa de moda e a arquitectura deve resistir aos ciclos da moda. Venturi defende que mesmo na moda é possível resistir à frivolidade, a roupa pode ter um tempo de vida superior aos seis meses institucionais.

“Então há a tradição que poderia ser chamada de roupa genérica envolvendo a rotina e a convenção de fundo, e a função, ao contrário da forma altamente flutuante de novos conhecimentos e da frivolidade que a alta-costura representa. Considere a roupa que estou a usar como exemplo. Eu poderia ter vestido exactamente essa roupa há 30 anos atrás.

A vantagem de usar sempre um uniforme é que não precisa de se preocupar com roupas e a imagem; há bastantes coisas para se preocupar apenas sendo um arquitecto. E essa tradição ocorre também em roupas femininas. Certamente, muitas das mulheres sentados nesta sala estão vestindo roupas sob medida e funcionais ao contrário da alta-costura ou roupas fantasia que promove o brio ou o *hype*. E isso sugere uma questão de vestuário adequado. Tal como não seria apropriado vestir uma fantasia para o trabalho, seria igualmente inadequado vestir calças de ganga para um baile ou um jantar com o presidente - ou seria hoje? Uma noção semelhante de adequação sobre arquitectura parece ter sido perdida. Muitos arquitectos sucumbiram à tentação de projectar edifícios como figurino, a fim de parecer original e fazer uma declaração. Esta abordagem proclama: Abaixo a convenção, o contexto ou a pertinência, a arquitectura como pano de fundo que deve durar para que não nos cansemos dela. Mas nós dizemos: Viva para a arquitectura como pano de fundo para a vida, a arquitectura não deve ser um palco para actuar.

A comparação dos figurinos e arquitectura aponta alguns aspectos negativos da arquitectura de hoje, onde nós empregamos *hype* jornalístico para adquirir reconhecimento.”⁷⁴

⁷⁴ Rober Venturi in, FAUSCH, Deborah - Architecture in Fashion, Princeton Architectural Press, New York, 1994, p.366. (tradução de autor).

A arquitectura, mais que a moda, deve ser relutante ao modismo uma vez que a roupa pode ser rapidamente substituída por outra enquanto a arquitectura tem um tempo de vida mais duradouro, permanecendo inalterada durante a passagem de vários ciclos da moda.

“Eu acho que as analogias entre a arquitectura e a moda e atraentes, mas também temos de reconhecer que a arquitectura é essencialmente abrigo de fundo que tem de existir por centenas de anos, enquanto as roupas servem principalmente para proteger o corpo das condições atmosféricas e esconde-lo por razões de modéstia. As roupas são mais frágeis do que os edifícios e o seu projecto pode evoluir mais rapidamente. Penso que esta é uma diferença essencial e significativa, apesar de paralelos na evolução da sensibilidade, gosto, gesto, símbolo etc. A roupa é temporária por sua própria natureza e a arquitectura, pela sua própria natureza, é tão permanente como nenhum ser humano pode ser na realidade. A possível semelhança entre a arquitectura e a moda pode ter a ver com o ciclo de produção. Também há a questão de que podemos mudar as nossas roupas, enquanto a arquitectura é uma constante em redor.”⁷⁵

Denise Scott Brown:

“Acho que a noção de que a arquitectura deve mudar com menos frequência e menos rapidamente que a moda, já existe há muito tempo, embora possa ser desmentida pelos factos. Eu acho que os ‘nevões’ e ‘remoinhos’ que temos visto na moda recentemente estão a ocorrer quase tão rapidamente na arquitectura como no vestuário. Pode ser também que as filosofias do Modernismo tenham feito os arquitectos não gostarem do conceito de moda. Os modernistas sentiam que as coisas por razões que tenham a ver com a tecnologia, função e estrutura, a ideia de que se fazem as coisas porque os olhos vêem de uma certa maneira num determinado momento não era especialmente agradável para eles. O modernista diria que as mudanças na arquitectura devem resultar de mudanças na tecnologia. O meu sentimento é que nós mudamos de sensibilidade antes de mudar de moda e que essas mudanças na sensibilidade tendem a ir junto com os movimentos sociais mais do que com a tecnologia: Mudança arquitectónica corresponde a algo diferente. Quando fomos para Las Vegas parecia horrível, mas também emocionante,

⁷⁵ Rober Venturi in, FAUSCH, Deborah - Architecture in Fashion, Princeton Architectural Press, New York, 1994, p.368. (tradução de autor).

porque na década de 60 estava a acontecer a revolução nas ruas. Tudo isto pode estar ligado com os acontecimentos na moda e na arquitectura.”⁷⁶

Quando questionado sobre a relação entre o seu trabalho e a moda, mais precisamente com a apropriação de vocabulário histórico, Venturi considera que não se trata de uma apropriação de uma “moda” no sentido de revivalismo, que pode ser entendido pejorativamente como “falsificação de património”; as práticas pós-modernas fazem uma utilização eclética e não revivalista, a procura é por uma arquitectura que traga de volta elementos retidos no imaginário comum, ainda que manipulados, com a intenção de despertar emoções, numa atitude que se aproxima mais do maneirismo que do revivalismo.

Da mesma forma que os modernistas criticavam a arquitectura do século XIX por se servir de máscaras para camuflar a sua verdadeira natureza, também Venturi se mostra contra essa atitude na arquitectura defendendo a verdade na identidade do objecto de arquitectura: “Não se pode fazer um baixo orçamento fingir que é um *smoking* quando são uns *jeans*. (...) *Jeans* são fabulosos, arquitectura de *blue-jeans* é emocionante. Estamos todos com medo dela porque é ela é heróica e original.”⁷⁷

4.4 - Archigram

O discurso arquitectónico sofreu uma evolução significativa na segunda metade do século XX que se fica a dever, também, à reestruturação da teoria da arquitectura; o campo de interesse da arquitectura alarga-se aos vastos domínios culturais, no discurso arquitectónico passam a marcar uma forte presença, a filosofia, o estruturalismo, a semiótica e a fenomenologia. Neste contexto a arquitectura deixa de ser sinónimo de construção, obra realizada, para ser entendida também como projecto, obra não construída. Sendo que nesta época surgem vários projectos que não se destinam à construção, são exercícios teóricos que “viverem” apenas nas publicações.

⁷⁶ Denise Scott Brown in, FAUSCH, Deborah - Architecture in Fashion, Princeton Architectural Press, New York, 1994, p.368,369. (tradução de autor).

⁷⁷ Rober Venturi in, FAUSCH, Deborah - Architecture in Fashion, Princeton Architectural Press, New York, 1994, p.353. (tradução de autor).

O grupo Archigram destacou-se nos anos 60 pelas propostas insólitas que apresentou em publicações pontuais inspiradas na Era Espacial; a linguagem dos seus desenhos distinguia-se da comumente utilizada na arquitectura e assemelhava-se à utilizada na banda desenhada para que fosse mais facilmente entendida pelos leigos em arquitectura, foram usadas técnicas como a pintura, colagem e serigrafia o que tornou os desenhos mais apelativos.

O trabalho desenvolvido pelo grupo encurtou a distância entre moda e arquitectura, as suas estruturas insufláveis realizadas em plástico serviram de inspiração futura no desenvolvimento da *techno fashion*, moda inteligente que procurou criar roupas de alta performance aliando a tecnologia à moda. No âmbito da arquitectura, o grupo questionou o carácter perene da arquitectura numa sociedade que prezava cada vez mais o movimento e a velocidade de comunicação. A aproximação entre a moda e arquitectura é conseguida pela mobilidade das estruturas propostas pelo grupo realizadas em matérias leves e flexíveis, também estes mais próximos da moda que da arquitectura.

O grupo formado por Peter Cook, Warren Chalk, Ron Herron, Dennis Crompton, Michael Webb e David Greene procurou adaptar a arquitectura à vida da época servindo-se da tecnologia para desenvolver uma arquitectura que prezava a flexibilidade e a mobilidade. Neste contexto desenvolveram propostas distintas para cidades, a *Plug-in City* (1964) que consistia numa estrutura gigante onde se podiam encaixar habitações modulares, podendo estas ser retiradas e colocadas noutra lugar sempre que necessário; estas habitações eram cápsulas desenvolvidas dentro da estética da ficção cinética com utensílios insufláveis como cadeiras e colchões que podiam ser removidos dando liberdade ao espaço para desempenhar outras funções, as habitações eram concebidas como um veículo de transporte que sempre que necessário era possível conectar com outros módulos, *pulg-in*. (Fig. 59) A *Walking City* (1964) consistia em mega estruturas móveis que incorporavam tudo o que era necessário a uma cidade; as habitações, serviços e as demais necessidades foram pensadas para serem auto-suficientes; movia-se através de braços gigantes assemelhando-se visualmente com insectos, tinham também a possibilidade de incorporar novas estruturas sempre que necessário. (Fig.60) A *Instant City* (1970) eram cidades também nómadas que pairavam sobre as cidades já existentes, assemelhavam-se a balões e aproveitavam a sua localização de destaque para expor mensagens publicitárias. (Fig.61)

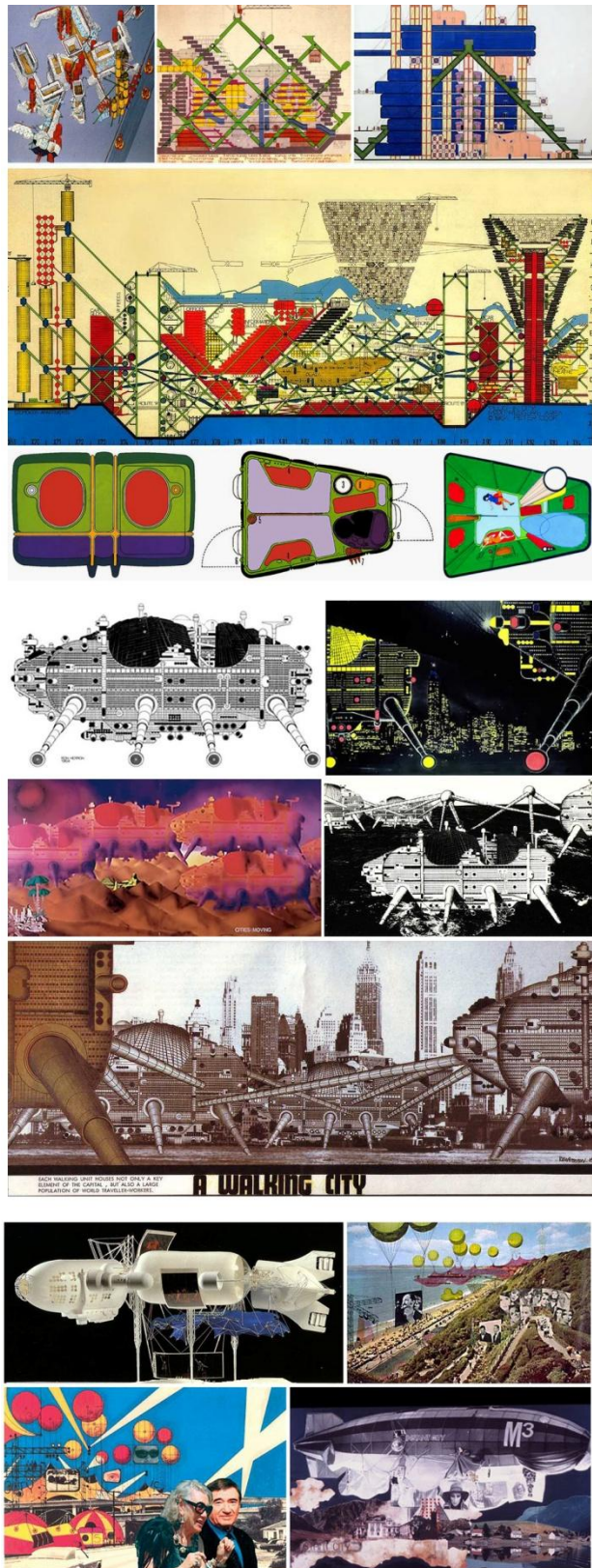


Figura 59 - *Plug-in City*, 1964.

Figura 60 - *Walking City*, 1964.

Figura 61 - *Instant City*, 1970.

Este apreço pela mobilidade, transformação e actualização não pode deixar de ser comparado à vitalidade da moda, à sua efemeridade e constante renovação. As ideias do grupo não foram concretizadas de acordo com os seus projectos, não deixando, no entanto, de ser postas em prática, pelos meios de comunicação entretanto desenvolvidos como a *internet*, indispensáveis às necessidades actuais, “o nomadismo é a força social dominante, onde o tempo de troca e de metamorfose substitui a êxtase, onde o estilo de vida, consumo e transitoriedade se tornam o programa, e onde o domínio público é uma superfície electrónica anexa à Terra”⁷⁸

O grupo viu as cidades como um elemento nómada que não deveria estar segregado a um determinado espaço, devia pertencer à sociedade global e mover-se com ela, às pessoas seria permitido viajar dentro das suas casas. Este trabalho visionário influenciou *designers* de moda como Yeohlee Teng e Hussein Chalayan, que procuraram melhorar o desempenho das suas roupas, tornado-as mais resistentes às condições ambientais, à poluição e ao ruído, e além dos *designers* influenciou também a artista Lucy Orta que criou abrigos facilmente transportáveis, semelhantes a peças de roupa movida pelo flagelo dos desalojados. (Fig. 62, 63, 64 e 65)

Archigram denota a influência clara de Mies van der Rohe e Le Corbusier na utilização de estruturas modulares e no desenraizamento destas com o meio envolvente, o grupo é também influenciado pelo discurso revolucionário dos situacionistas, partilhando com eles a visão sobre a vida urbana e entendendo a arquitectura moderna como “uma técnica transitória de passagem por ambientes diversos”⁷⁹ e afastando-se da visão contestatária dos situacionistas



Figura 62 - Lucy Orta, “*Refuge Wear*”, 1992.

Figura 63 - Lucy Orta, “*Refuge Wear*”, Paris, 1993.

Figura 64 - Lucy Orta, “*Refuge Wear*”, Londres 1998.

Figura 65 - Lucy Orta, “*Refuge Wear*”, Londres 1998.

⁷⁸ Michael Sorkin in, QUINN, Bradley - *The Fashion of Architecture*, Berg, Oxford, 2003, p.99. (tradução de autor).

⁷⁹ Guy Debord in, QUINN, Bradley - *The Fashion of Architecture*, Berg, Oxford, 2003, p.100. (tradução de autor).

em relação ao espectáculo de exposição da cultura capitalista, o qual os Archigram usaram em seu favor.

A person is shown from the waist down, wearing a pair of blue denim jeans that have been deconstructed into a series of horizontal ruffles. The ruffles are gathered at the waist and then cascade down the length of the legs, creating a textured, sculptural effect. The person's hands are placed on their hips. The background is a plain, light-colored studio backdrop.

CAPÍTULO 5

Contextualização Histórica _ Desconstrutivismo

Figura 66 - Bart Hess e Lucy McRae, publicação da marca Levi's em Setembro de 2009.

5.1 - Desconstrutivismo

O Desconstrutivismo surge na arquitectura influenciado pela filosofia desconstrucionista de Jacques Derrida, a sua manifestação na moda não denota a influência da filosofia; apresentando, no entanto, elos de ligação com as práticas na arquitectura.

Durante os anos 60 e 70 o Estruturalismo foi a corrente de pensamento dominante o que se reflectiu nas manifestações artísticas da época. O Estruturalismo veio propor uma nova concepção social distinta da concepção existencialista anteriormente vigente. Enquanto o Existencialismo se mostrou individualista ao centrar-se no Homem como único e exclusivo responsável pelas suas atitudes, pela sua vida, numa total liberdade e consequente responsabilidade, o Estruturalismo vem propor uma análise social distinta na qual o fenómeno individual é desprezado. O Estruturalismo considera a análise individual inválida uma vez que tudo se processa dentro de uma cadeia de relações, todos os fenómenos têm um contexto e só fazem sentido dentro do seu contexto. O Estruturalismo entendeu a filosofia, cultura e linguística como uma estrutura lógica e linear de signos que se relacionavam com as demais por semelhança e continuidade.

As análises estruturais propostas pelo estruturalismo são levadas ao limite pelos pós-estruturalistas, são ampliadas e flexibilizadas no que diz respeito ao método. No entender pós-estruturalista, o estruturalismo havia falhado na medida em que analisava os sistemas de signos de um modo contínuo e linear, validando a interacção destes, apenas, de uma forma sequencial única. O Pós-estruturalismo veio propor uma análise mais ampla da realidade e da linguística, assente na subjectividade, alertaram para a variedade de sentidos dos signos e a ambiguidade das leituras possíveis.

Não sendo unânime, a Desconstrução percutida por Jacques Derrida pode ser inserida no pensamento Pós-estruturalista, na medida em que é um método de análise e crítica filosófica e literária. O termo “desconstrução” ganha relevo, ainda em 1967, numa conferência onde Derrida dá a conhecer o ensaio “A estrutura, o Signo e o Jogo das Ciências Humanas” que aborda essencialmente sistemas de interpretação. Derrida propõe um método de análise crítico-filosófico que se opõe à metafísica ocidental e à sua tendência para o logocentrismo, procura constante pela verdade e pela razão. Na perspectiva da desconstrução a verdade e a razão não existem, são apenas fruto de interpretações subjectivas e portanto nunca podem ser universais.

A Desconstrução de Derrida é uma metodologia de análise exclusiva dos textos filosóficos e literários que procura dissecar os textos em busca do seu sentido, da sua ambiguidade e

contradições internas. Na oposição da Desconstrução à metafísica ocidental foi indispensável a formulação de estruturas binárias como: forma/conteúdo, mente/corpo, natureza/cultura, pensamento/percepção ou fala/escrita. Esta formulação é fundamental no entendimento da Desconstrução, é representativa da necessidade dos opostos na definição e entendimento de algo de acordo com as suas indissociáveis relações dicotómicas.

Apesar da formulação do termo Desconstrução acontecer ainda na década de 60, é na década de 80 que ganha um novo destaque pelo aparecimento do Desconstrutivismo na arquitectura, e de práticas semelhantes noutros sectores como é o caso da moda.

Não existindo um movimento vigente único nos últimos 30 anos, a Desconstrução marcou presença e ocorreu em simultâneo na moda e na arquitectura. No âmbito da arquitectura, o Desconstrutivismo solidificou-se com a exposição da autoria de Mark Wigley em 1988 no MoMA onde foram expostos os trabalhos de, Frank Gehry, Zaha Hadid, Peter Eisenman, Daniel Libeskind, Bernard Tschumi, Rem Koolhaas e Coop Himmelb (l) au. Wigley procurou uma coerência entre os trabalhos destes arquitectos que encontrou na Desconstrução de Derrida.

No campo da moda as costuras inacabadas e bainhas esfarrapadas oriundas do movimento *punk* deixaram as ruas em 1981 para ocuparem as *passerelles* em Paris pelas mãos de Yohji Yamamoto.

5.1.1 - Arquitectura Desconstrutivista

"Estes arquitectos estavam de facto desconstruindo a essência da tradição e criticando tudo que subordinava a arquitectura a outra coisa - o valor da utilidade ou beleza ou habitação etc. Não para construir algo que fosse inútil, feio ou inabitável, mas para liberar a arquitectura dessas finalidades externas, desses objectivos exóticos".⁸⁰

A partir dos anos 60 a abordagem arquitectónica pós-moderna esteve inserida dentro do pensamento estruturalista, pela utilização de formulário histórico que era imediatamente percebido e conotado com o período do qual era repastado. Nos anos 80 o discurso arquitectónico havia mudado deixando para trás o historicismo e a ornamentação pós-moderna, distanciando-se também do funcionalismo e do racionalismo modernistas.

⁸⁰ Jacques Derrida, in <http://www.revistaau.com.br/arquitetura-urbanismo/181/imprime131095.asp>.

A arquitectura desconstrutivista caracterizou-se pela sua imprevisibilidade e complexidade causada pela distorção e fragmentação das formas elementares da arquitectura. A ambiguidade inerente ao desconstrutivismo leva a uma diversidade de propostas que variam consoante os arquitectos. Há, no entanto, características que são comuns aos vários trabalhos, podendo ser considerados elementos unificadores. O apreço pela instabilidade leva os arquitectos a desconstruir a tradicional relação de equilíbrio entre plano horizontal e plano vertical, o ângulo recto exacerbado pelo modernismo e pertinente ainda no pós-modernismo é desvalorizado e substituído por ângulos oblíquos que sugerem o desequilíbrio.

A manipulação dos eixos vertical e horizontal leva a uma destruição do modo comum de apreensão do mundo dentro dos princípios do equilíbrio, da construção e da gravidade. Esta destruição intencional é uma consequência crítica da sociedade que valoriza mais a imagem aperfeiçoada do real que o real - hiper-realidade. Para tal é criada uma realidade distorcida que vai contra a noção comum de realidade, a arquitectura desconstrutivista materializa o irreal, dissimulando os conceitos de perfeição e equilíbrio com formas caóticas.

A arquitectura desconstrutivista recebeu influências do Construtivismo russo, nomeadamente na abstracção geométrica e na preferência por formas oblíquas e dinâmicas, afastando-se, porém, das motivações socialistas do Construtivismo. Foi igualmente importante o Movimento Suprematista que idealizou uma arte livre de preconceitos práticos e estéticos apelando à visualidade e plasticidade. Os suprematistas e os desconstrutivistas foram influentes no desconstrutivismo, libertando os objectos dos eixos ortogonais e deixando-os a flutuar no espaço.

A arquitectura desconstrutivista sofre ainda influências do Cubismo na distorção e fragmentação da perspectiva. As influências vanguardistas podem ainda ser associadas ao desprezo que o Desconstrutivismo demonstrou pelo ornamento.

Face às anteriores correntes arquitectónicas, a nova abordagem desconstrutivista distinguiu-se tanto da ortogonalidade e da pureza modernistas quanto da ornamentação e ecletismo pós-modernos. É possível, todavia, fazer uma aproximação a ambos; do modernismo ressalta a importância dada à geometria, ainda que aplicada de forma muito diferente, ambos os movimentos a tiveram como disciplina fundamental. A aproximação ao Pós-modernismo é feita nos termos da ideia de desconstrução, poder-se-á entender a atitude eclética pós-moderna como uma desconstrução dos significados do formulário de que se apropriaram. Retirando-o do seu contexto e usando em conjugações livres desconstruíram o seu significado original, ao passo que os desconstrutivistas, de uma forma sintética, no lugar da desconstrução dos signos procederam a uma desconstrução material, dos elementos físicos da arquitectura.



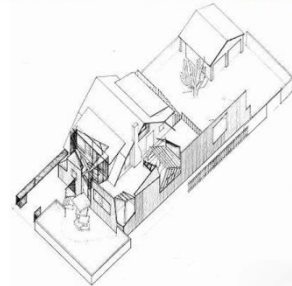
A exposição organizada por Philip Johnson e Mark Wigley em 1988 estabeleceu a ponte entre os trabalhos dos vários arquitectos que no seu trabalho individual desenvolveram linguagens próprias. Tendo em comum o desafio dos ideais tradicionais de estabilidade e ordem, herdados das vanguardas russas, estes arquitectos superaram as utopias russas sendo que na exposição só marcaram presença projectos estruturalmente possíveis que foram pensados para serem construídos.



A exposição “Arquitectura Desconstrutivista” foi aguardada com ansiedade e teve um impacto semelhante à exposição que o museu promoveu em 1932 “Arquitectura Moderna” que introduziu no léxico da arquitectura o conceito de *International Style*.



As conexões com a filosofia desconstrucionista de Jacques Derrida e a arquitectura Desconstrutivista foram apontadas pela crítica e consideradas pelo próprio filósofo e pela maioria dos arquitectos presentes na exposição, tendo só, no entanto, Peter Eisenman e Bernard Tschumi assumido a influência da filosofia.



No catálogo da exposição Mark Wigley tenta dissolver os equívocos sobre as intenções do desconstrutivismo:

“Desconstrução em si... é muitas vezes incompreendido como o desmontar das construções. Por conseguinte, todo o projecto arquitectónico provocatório que parece ter a estrutura à parte - quer se trate de uma simples quebra de um objecto ou da dissimulação complexa de objecto numa colagem de vestígios - tem sido aclamado como desconstrutivo... Pelo contrário, os ganhos da desconstrução, toda a sua força pelo desafio dos



Figura 67 - Zaha Hadid, Ilustração “*The Peak*”, Hong Kong, 1982-83.

Figura 68 - Frank Gehry, Fotografia e Axonometria de Habitação de Habitação, Santa Mónica, Califórnia, 1977-94.

Figura 69 - Coop Himmelb(l)au, Viena, 1983-88.

verdadeiros valores da harmonia, unidade e estabilidade, e propondo em seu lugar uma diferente visão da estrutura: a visão de que as falhas são intrínsecas à estrutura. Um arquitecto desconstrutivista não é aquele que desmonta os edifícios, mas alguém que localiza os dilemas inerentes dentro dos edifícios.”⁸¹

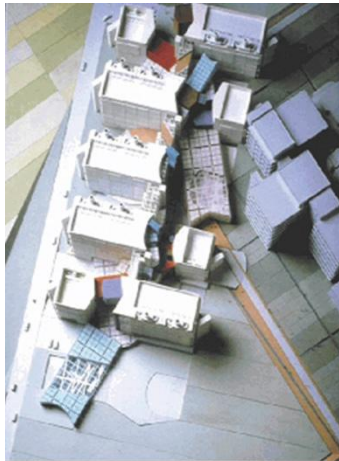
Zaha Hadid participou na exposição com o projecto “*The Peak*” (1982-83) em Hong Kong, uma arrojada proposta vencedora de um concurso para a construção de um clube privado nas colinas de Hong Kong, a proposta consistia numa escavação nas colinas e consequente alteração da topografia através da construção de penhascos artificiais dentro dos quais surgia um edifício anguloso e instável, organizado através de plataformas sobrepostas. Hadid destacou-se pelo método de representação das suas ideias, desvinculando-se dos métodos de representação tradicionais da arquitectura, apresenta desenhos e pinturas abstractas das suas propostas defendendo que só assim é possível transmitir a sensação de fluidez. De todas as propostas a de Zaha Hadid é a que mais se aproxima das vanguardas russas, na abstracção, manipulação geométrica e grafismo. (Fig. 67)

Frank Gehry leva à exposição a intervenção que executou na sua casa particular em Santa Mónica, Califórnia, entre 1977 e 1994; a transformação da casa foi feita pela adição e subtracção de volumes à casa pré-existente, os volumes sugeriam ter sido anexos à casa aleatoriamente, com formas e materiais dissonantes. Gehry experienciou concretamente o desconstrutivismo trabalhando a sua própria casa, alterando-a ao longo do tempo de acordo com as suas necessidades e vontades de experimentação. (Fig. 68)

Coop Himmelb (l) apresentou o projecto para a remodelação de um telhado em Viena, trabalho decorrido entre 1983 e 1988, o trabalho mostra uma estrutura emergente dos preceitos desconstrutivistas que é adossada ao corpo de edifício existente, a nova estrutura é resultante de uma leitura de análise do edifício prévio. (Fig.69)

Peter Eisenman participou com um projecto para o Biocentro da Universidade de Frankfurt, projecto de 1987 que não chegou a ser construído. O centro era composto por blocos de forma regular conectados por uma estrutura distorcida, inspirada na estrutura da moléculas de DNA. (Fig.70)

⁸¹ Mark Wigley in, MARK, Lisa; HODGE, Brooke - Skin and Bones, Parallel Practices in Fashion and Architecture, Tames & Hudson LTD, 2006, p. 39. (tradução de autor).



Rem Koolhaas apresentou na exposição um projecto de habitação multifamiliar, 1982, e uma torre de observação. O complexo habitacional possuía espaços comuns como escola, hotel e centro de saúde; a proposta consistia num monólito paralelepípedo que era intersectado por cinco torres distorcidas, dispostas ao longo do paralelepípedo, a torçam das torres conferiu fluidez ao conjunto. À semelhança de Zaha Hadid, para que o projecto fosse melhor entendido, Koolhaas apresentou representações tridimensionais esteticamente semelhantes às dos construtivistas. (Fig.71)



Daniel Libeskind foi representado na exposição pelo projecto *City Edge*, 1987, não edificado, um projecto para escritórios e desenvolvimento residencial em Tiergarten, Berlim. A proposta de Libeskind pretendia uma conexão visual com o Muro de Berlim; consistia na elevação gradual de uma plataforma gigante ficando a parte maior a uma altura de cerca de 10 pisos acima do solo, possibilitando a visão do Muro. Em crítica à função do muro e à sua rígida linearidade a plataforma foi desenhada com um ângulo agressivamente agudo. (Fig.72)



O arquitecto Bernard Tschumi levou à exposição o projecto para o *Parc de la Villette*, 1982 a 1998, em Paris. Venceu o concurso internacional com a sua proposta para os 124 hectares que o parque ocuparia. Tschumi considerava que era necessário um novo tipo de arquitectura que se impusesse à tradicional associação da arquitectura aos valores clássicos de harmonia e equilíbrio. Para tal desenvolveu o projecto de 35 pavilhões que ocupariam o parque, destes foram construídos 26 que desempenharam funções culturais e de lazer. Todos os pavilhões partiam da mesma forma e dimensão iniciais, um cubo metálico vermelho, o qual foi fragmentado e manipulado resultado em 26 pavilhões distintos que contestaram os princípios hierárquicos e de organização. (Fig.73)

Figura 70 - Peter Eisenman, Maquete do Biocentro da Universidade de Frankfurt, 1987.

Figura 71 - Rem Koolhaas, Ilustração para Habitação Multifamiliar e Torre de Observação, Roterdão, 1982.

Figura 72 - Daniel Libeskind, Ilustração/colagem do projecto "City Edge", Berlim, 1987.

Figura 73 - Bernard Tschumi, Axonometria do projecto "Parc de la Villette", 1982.

5.1.2- A Desconstrução na Moda

A desconstrução na moda, tal como na arquitectura, ganha visibilidade por volta da década de 80, começando no entanto a desenhar-se mais cedo, cerca dos anos 60. O termo “desconstrução” é só posteriormente cunhado à moda, atribuído pela crítica já no fim dos anos 80. As práticas ocorridas no campo da moda em muito se assemelham às demais ocorridas em outros domínios culturais.

A heterogeneidade do conceito de desconstrução permitiu a sua ampla difusão, vinculada pela filosofia no final da década de 60 dissolveu-se até aos anos 80 na arquitectura, literatura, cinema e nas subcategorias do design, nas quais se insere a moda. A validação de novas possibilidades de significação fá-la ir contra as estruturas convencionais e tudo o que está previamente aceite.

No início dos anos 80 os designers japoneses deram a conhecer em Paris as suas colecções, colocando-as desta forma no circuito mundial. O trabalho dos designers Yohji Yamamoto e Rei Kawakubo levantou questões sobre os tradicionais valores da moda, sobre *glamour*, feminilidade e elegância. Resgatando as origens da desconstrução na moda, tal como na filosofia, elas retomam aos anos 60 surgindo com as costuras visíveis nas colecções de Sonia Rykiel e nas bainhas inacabadas de Karl Lagerfeld, que até então foram consideradas com inestéticas e escondidas entre dobras e forros.

A desconstrução na moda mostra-se interessada no que se pode chamar de anti-moda, interessou-se por roupas esfarrapadas e de aspecto gasto. Este apreço pela deterioração pode ser encontrado no trabalho que executaram os “trapeiros” durante os séculos XIX e XX, comerciantes que compravam roupas usadas, gastas para venderem às indústrias têxteis a fim de serem transformadas, podendo ser considerados dos primeiros exemplos de reciclagem.

O uso assumido de roupa rasgada está, no entanto, vinculado à contra-cultura *punk* que foi especialmente activa a partir dos anos 70. Surgem em oposição ao optimismo e à não-violência proposta pelo movimento *hippie*, bem como aos princípios da cultura vigente. Os principais elementos diferenciadores deste grupo foram a música e a moda, ambos seguiam a mesma ideologia “*do it yourself*” sendo as composições musicais muito simples e fáceis de executar por qualquer um, as roupas privilegiavam também este carácter; as roupas *vintage* foram refeitas ao gosto *punk*, foram tingidas, rasgadas e perfuradas por alfinetes e tachas.

A palavra “moda” utilizada para caracterizar a estética unificadora do movimento não foi bem vista, associada à futilidade da sociedade e ao seu culto das aparências. Assim, o estilo *punk* fez-se notar pelo uso de *jeans skinny* normalmente pretos e rasgados, casacos de couro

pretos com decorações metálicas e inscrições nas costas, ténis *all star* ou botas *Dr. Martens* e cabelos espetados e coloridos. Usavam maquilhagem negra e carregada, bem como *piercings* e tatuagens em exagero.

A transição das roupas *punk* da rua para as lojas e para o grande público fica a dever-se à estilista Vivienne Westwood responsável pelo visual da banda de *punk rock* *Sex Pistols* e por executar versões mais comerciais da moda *punk*. A cultura *punk* dividiu-se em vários subgéneros e, como tal, a moda sofreu também várias ramificações. As suas versões mais comerciais ficaram a cargo dos estilistas Vivienne Westwood e Jean Paul Gaultier que durante os anos 80 popularizaram uma moda com um cariz sexual assumido pela utilização do látex, em roupas muito justas, bem como as transparências que deixavam a roupa interior visível. Esta nova abordagem trás para o grande consumo objectos oriundos do fetichismo, inicialmente inseridos pela moda *punk* e depois massificados pelos estilistas.

A desconstrução na moda desenvolveu-se num caminho oposto ao traçado, em especial, por Jean Paul Gaultier, afastando-se do fetichismo e da sexualização da moda. Da moda *punk* a desconstrução herdou o gosto pela estética de deterioração e pelas silhuetas negras, assim como o afastamento dos preceitos da moda instituída.

Pode datar-se o aparecimento oficial da moda desconstrutivista em 1981, ano em que Yohji Yamamoto e Rei Kawakubo lançaram, estrategicamente, as suas colecções em Paris. As colecções lançadas por estes estilistas causaram à partida uma certa estranheza e descaso, foram comparadas às roupas dos sem abrigo pelas suas bainhas esfarrapadas e tamanhos desajustados, o que levou os média franceses a apelida-las de “*Le Destroy*”.

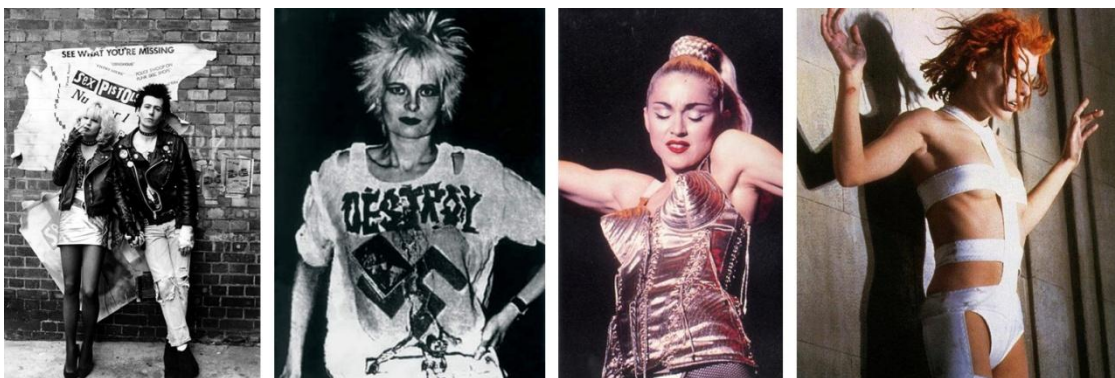


Figura 74 - Chloe Webb e Gary Oldman, em “*Sid and Nancy*” filme de 1986, retractando a cena *punk* londrina do final dos anos 70.

Figura 75 - Vivienne Westwood, 1974, usando a sua t-shirt “*Destroy*”.

Figura 76 - Madonna vestida por Jean Paul Gaultier na digressão “*Blond Ambition World Tour*”, 1990.

Figura 77 - Milla Jovovich em “*The Fifth Element*” com figurino de Jean Paul Gaultier, 1997.

Nas palavras de Rei Kawakubo a moda precisava de ser reinventada: “Temos de romper com as formas convencionais de vestir para a nova mulher de hoje. Precisamos de uma nova imagem forte, e não de uma revista do passado”.⁸²

Para a apresentação de um novo tipo de moda Paris representou para estes designers, o cenário ideal, despreocupados com outros mercados, trabalharam para Paris, uma vez que o que fosse aceite em Paris sê-lo-ia também em qualquer outro lugar. A nova proposta para a moda foi uma proposta anti-moda, no sentido em que estes designers se motivaram pela criação de roupas onde o imperativo era a necessidade da roupa, a função primordial do vestuário, e não os caprichos da moda e da ansiedade pela mudança. Razão pela qual as suas roupas são comparadas às dos sem abrigo. A roupa dos sem abrigo não apresenta nada além do absolutamente necessário, o desgaste do tempo encarrega-se de retirar o acessório às suas roupas que muitas vezes desajustadas em tamanho não têm nada além do essencial e, é-nos impossível considerá-las inapropriadas ou fora de moda, uma vez que essas preocupações não se impõem.

As roupas inspiradas na simplicidade do vestuário dos agricultores japoneses não foram imediatamente aceites em Paris, tendo sido inicialmente ignorados pela maior parte dos jornalistas. Aos poucos as roupas monocromáticas, assimétricas e *baggy* de Yamamoto e Rei Kawakubo para *Comme dès Garçons* receberam a atenção dos jornalistas franceses que não foram, todavia, especialmente agradáveis nas suas críticas à semelhança do que aconteceu na América. As críticas insistiam na ausência de sensualidade e feminilidade nas propostas dos japoneses.

A inversão do conceito de feminilidade é para Rei Kawakubo uma das grandes premissas do seu trabalho, a designer considera que a moda é o reflexo de uma sociedade machista e



Figura 78 - Yohji Yamamoto, colecção Inverno 2012, mantendo ainda as características da primeira colecção apresentada em Paris, silhuetas negras e tamanhos *oversized*.

Figura 79 - Rei Kawakubo para *Comme dès Garçons*, colecção Inverno 2012, mantém os princípios originais nesta colecção do mesmo modo que Yohji Yamamoto.

⁸² Rei Kawakubo in, *Skin and Bones, Parallel Practices in Fashion and Architecture*, Tames & Hudson LTD, 2006, p. 32. (tradução de autor).

propõe roupas que se rebelam contra isso, resgatando a génese da moda *punk*. Uma das formas que os designers encontraram para contrariar a tendência para a sexualização da moda característica dos anos 80 foi a manipulação da escala, afastando as roupas do corpo dissimulando os seus contornos, desprezando as medidas *standard*. Yamamoto elogia a simplicidade da moda masculina e procura transportá-la para a roupa feminina:

“Vestuário masculino é mais puro design. É mais simples e não tem decoração. As mulheres querem isso. Quando eu comecei a desenhar, eu queria fazer roupas de homens para mulheres. Mas não havia compradores para elas. Agora há. Eu sempre me pergunto quem decidiu que devia haver diferença entre as roupas dos homens e das mulheres. Talvez os homens tenham decidido isso.”⁸³

Comum aos dois designers foi também a utilização quase exclusiva do preto nas suas colecções, a qual elegeram para não estabelecer conflitos com as formas complexas das suas roupas, as suas dobras e volumes. O preto sintetiza uma diversificação de significados, é ao mesmo tempo conotado com a sobriedade, a pobreza, a devastação, o intelectualismo, a nobreza, o autocontrole e a elegância, valores que os designers procuraram que as suas colecções transmitissem.

No fim dos anos 80 a estética da desconstrução tinha cativado mais designers, especialmente o grupo dos seis designers *avant garde* conhecidos como, oriundos da Bélgica, dos quais se destaca Martin Margiela que assumiu a liderança no campo da moda desconstrutivista.

Margiela mostrou-se muito interessado pela possibilidade de reutilização e reconstrução dos objectos, transmitindo a ideia que executa as suas colecções e depois rasga as mangas, descose as costuras pondo a nu todos os materiais e componentes do vestuário que são por norma concebidos para ficarem escondidos.



Figura 80 - Martin Margiela, roupas em instalação, *Brooklyn Anchorage, NY, 1999*.

Figura 81 - Martin Margiela, roupas em instalação (detalhe), *Brooklyn Anchorage, NY, 1999*.

⁸³ Yohji Yamamoto in, *Skin and Bones, Parallel Practices in Fashion and Architecture*, Tames & Hudson LTD, 2006, p. 34. (tradução de autor).

A tendência de Margiela para decompor as suas criações levou a crítica, nomeadamente Bill Cunningham, na revista *Details*, 1989, a designar as suas propostas de “desconstrutivistas” fazendo a associação entre moda e desconstrução. Margiela mostrou-se um adepto fiel desta tendência, o seu primeiro desfile ocorreu num gueto Parisiense dentro de um edifício em ruínas, em 1989.

O designer destacou-se pelo interesse demonstrado na recuperação e reutilização dos materiais alertando para a fugacidade da moda e os desperdícios que isso causa. Em 1997 numa exposição Margiela colocou as suas colecções mais antigas cobertas de mofo e de bactérias conceptualizando a relação entre “o ciclo natural da criação e da decadência e o ciclo de consumo de comprar e descartar”⁸⁴. Desta forma o sentido de desconstrução na moda vai mais adiante que a manipulação do formulário da moda e da sua organização complexa; a desconstrução está presente também ao nível do conceito de moda, é proposta uma nova leitura para a palavra moda numa tentativa de reaproximação entre a ideia de moda e a ideia de roupa, a relação do vestuário com o corpo e com a sociedade é colocada em questão.

Além do mais, a desconstrução na moda é ainda símbolo da degradação e decadência humanas, a moda desconstrutivista é um resultado crítico da cultura pós-moderna, dos não lugares⁸⁵ e das heterotopias⁸⁶ onde o ciclo de violência urbana fragmenta e leva à ruptura as relações sócias e por consequência a sociedade.

⁸⁴ Skin and Bones, Parallel Practices in Fashion and Architecture, Tames & Hudson LTD, 2006, p. 36. (tradução de autor).

⁸⁵ Não-lugares é um conceito criado por Marc Augé, antropólogo francês, para designar os espaços criados pelos fenómenos da contemporaneidade, da sobremodernidade. Para Augé os não-lugares são o resultado da super abundância de tempo, onde o tempo passa cada vez mais depressa e há um excesso de informação a precisar de ser assimilada a todo o momento; abundância de espaço, provocada pelo encolhimento do mundo onde há uma necessidade constante de mobilidade e deslocamento e em terceiro lugar, pelo excesso de individualismo que leva ao isolamento e à perda das referências colectivas. A combinação destes três factores leva à criação de espaços de anonimato, descaracterizados e impessoais que fazem parte do quotidiano; são espaços de transição e viagem como os aeroportos, centros comerciais, estações de metro, meios de transporte, etc. Todos os espaços que sejam meros instrumentos onde as pessoas não desenvolvam qualquer relação com o espaço. Estes espaços são o oposto aos lugares, que Augé define como espaço antropológico, espaço vivenciado onde se estabelece uma relação de intimidade e proximidade, este espaço é definido como identitário, relacional e histórico.

⁸⁶ Heterotopia é um conceito de geografia humana desenvolvido por Michel Foucault que em tradução literal significa “outro lugar”. Estes “outros lugares” são espaços indefinidos entre o real e o irreal. Foucault considera opostos à noção de utopias, lugares irreais que idealizam uma sociedade perfeita. As heterotopias estão no espaço que separa o real do irreal; Foucault dá o exemplo de um espelho como metáfora da relação real/irreal onde a imagem reflectida representa a utopia por ser irreal e o espelho, objecto real, que projecta o irreal é a materialização da heterotopia, um elo de ligação entre os dois pólos. Foram definidos heterotopias de vários níveis, sendo no contexto da moda a espectacularização e a ilusão que trazem a todo o momento imagens de uma realidade idealizada, como é o caso das campanhas publicitárias (fotografias e vídeo), que aliciam com imagem que pairam entre a realidade da sua existência e a irreabilidade do seu conteúdo.

5.2 - *Skin + Bones*: Práticas Paralelas na Moda e na Arquitectura

Skin + Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture foi uma exposição que se estreou em Los Angeles, em 2006, no MOCA viajando depois para Tóquio e em seguida para a Europa. Da exposição resultaram duas publicações, um guia elucidativo do teor da exposição e um catálogo onde são apresentados, através de fotografias e descrições, os trabalhos presentes na exposição.

À semelhança da exposição realizada por Susan Sidlauskas, em 1982, *Skin + Bones* procurou relacionar moda e arquitectura segundo as suas semelhanças, distinguindo-se, contudo, do trabalho de Susan Sidlauskas "*Intimate Architecture: Contemporary Clothing Design*" que partiu do vocabulário e das práticas da arquitectura para analisar o trabalho de oito designers de moda; *Skin + Bones* focou-se da definição do território comum à moda e à arquitectura.

A exposição aborda trabalhos executados desde os anos 80 até à contemporaneidade, a escolha dos anos 80 como ponto de partida para o referido trabalho, prende-se com as modificações ocorridas, de um modo geral, no universo artístico e à grande energia criativa gerada na época. A exposição foi também influenciada pelas publicações da revista *Blueprint*, lançada em 1983, que relacionava trabalhos de arquitectura e dos diversos domínios do design, fomentando uma aproximação entre as diversas áreas e pelo trabalho dos designers japoneses Yamamoto e Kawakubo que muito se assemelhava aos trabalhos desenvolvidos na área da arquitectura.

A exposição apresenta em primeiro lugar características que considera comuns à moda e à arquitectura, que são determinantes para ambas ao longo de todo o seu processo evolutivo, características essas como a necessidade de construir abrigos; o uso imprescindível da geometria; a tendência actual para a construção de "peles estruturais"; os conceitos de construção, reconstrução e desconstrução, bem como a noção de identidade são aspectos fulcrais às duas áreas, que inevitavelmente comprovam a sua ligação.

A questão de abrigo é primordial tanto à moda quanto à arquitectura, e depois de satisfeita e estabelecida a devida distância entre a moda e a arquitectura, entre a dicotomia efemeridade/permanência as necessidades actuais voltam a aproximar as duas realidades. O nomadismo cada vez mais presente na sociedade exige modificações nas roupas e nos edifícios. As roupas tendem à optimização das suas características, ao melhoramento da sua performance para satisfazer as necessidades do "nómada urbano" aproximando a noção de roupa à de abrigo; simultaneamente a arquitectura questiona o seu carácter perene

elaborando abrigos que possam rápida e eficazmente responder às necessidades humanitárias. Como é o caso do trabalho elaborado por Shigeru Ban, que trabalha com tubos de papel para cria estruturas desde 1986, inicialmente para criar estruturas temporárias para exposições e em 1995 para dar resposta aos desalojados do terramoto no Japão, Turquia a Índia. As estruturas simples, baratas e não poluentes são revestidas com folhas de plástico que assumem as funções de paredes e tectos, numa resposta rápida às necessidades dos desalojados. (Fig.82)

Também a geometria é igualmente determinante em ambas as áreas, responsável por gerar formulário. No contexto temporal da exposição a importância da geometria é saliente uma vez que a partir da década de 80 o interesse pela complexidade formal e pela fragmentação geométrica tem sido comum a ambas as práticas, embora, visualmente, a geometria tenha uma presença mais assumida na arquitectura. Exemplo disso são o projecto de SANAA para *The 21st Century Museum of Contemporary Art*, no Japão, onde a geometria, em particular a forma circular exterior é clara e impossível de negar e o vestido de Isabel Toledo, *Packing Dress*, que enquanto despido e colocado sobre um plano apresenta uma clara forma circular, com aberturas apenas na zona do pescoço braços e pernas, e quando vestido perde por completo a forma base. (Fig. 83 e 84)

A separação entre elementos estruturais e elementos decorativos está, tendenciosamente, a desaparecer tanto na arquitectura quanto na moda. Os esforços dos designers e dos arquitectos têm ido no sentido de unificar a “pele” e os “ossos” dos edifícios e do vestuário. São criadas “peles estruturais” que eliminam elementos meramente estruturais, que tendem a ser camuflados pela pele/revestimento, sendo criado um corpo único que engloba as necessidades estruturais e de revestimento mantendo-as visíveis. (Fig. 85)

Em ambos os casos, a geometria é usada com o propósito de construir volume, espaço habitável. Embora em escalas distintas, há a preocupação comum do acondicionamento



Figura 82 - Shigeru Ban, “*Paper Tubr Shelters*” para a União das Nações Unidas, *Tokyo*, 1995.

Figura 83 - SANAA, “*The 21st Century Museum of Contemporary Art*”, Kanazawa, Japão, 2004.

Figura 84 - Isabel Toledo, “*Packing Dress*”, Primavera/Verão, 1998.

Figura 85 - Fotomontagem, edifício de Toyo Ito, *Tokyo*, 2004. Vestido, Yoshiki Hishinuma, “*Inside Out 2way Dress*”, Primavera/Verão 2004.

humano ao qual são inerentes várias preocupações como a proporção e a forma. A similitude das duas áreas neste âmbito prende-se com a cada vez maior, e mais determinante, utilização de *software* de modelação tridimensional que possibilita a execução de espaços complexos. (Fig. 86)

Também os conceitos de construção, reconstrução e desconstrução fazem igualmente parte do léxico da moda e da arquitectura. Construção é à partida o interesse máximo das duas áreas, construção de edifícios, construção de roupas; ambas as áreas desenvolvem o seu trabalho segundo uma metodologia semelhante iniciada por estudos, desenhos, representações rigorosas e tendo como culminar a construção do objecto previamente concebido. Relativamente, à metodologia, apesar da sequência bastante semelhante, onde se desenvolvem os projectos de moda e de arquitectura, é de salientar o privilégio da moda na possibilidade de executar modelos à escala real e com os materiais pretendidos para o objecto final, o que na arquitectura acontece raras vezes e em projectos de pequenas imensões.

Reconstrução está de igual modo presente na moda e na arquitectura. Quer os edifícios, quer o vestuário estão sujeitos à deterioração e desgaste causados pelo uso e pelo tempo, o que faz com que não existam “produtos acabados”, mas apenas objectos em constante transformação, a construção não é então um término de um processo, mas apenas uma fase de evolução. Em arquitectura há uma forte tendência para a reconstrução, recuperação e revitalização com a intenção, de um modo geral, de regenerar os espaços degradados, que adquirem novas funções e componentes além de preservarem os valores históricos; esta atitude de regeneração é preterida relativamente à destruição. Na moda a reconstrução está presente nas roupas transformáveis, com várias possibilidades de utilização, ou ainda na tendência para a customização de roupas, normalmente roupas *vintage* que são adequadas à contemporaneidade através de algumas alterações. (Fig. 87 e 88)



Figura 86 - Junya Watanabe, “Techno Culture Collection”, Outono/Inverno 2000-2001.

Figura 87 - Frank Gehry, Habitação, Santa Mónica, Califórnia, sofreu sucessivas alterações entre 1977-94.

Figura 88 - Martin Margiela, reutilização de materiais, colecção Primavera/Verão 2009.

A desconstrução actua de uma forma distinta da adaptação procurada pela reconstrução. Desconstrução é também, como já anteriormente descrito, um conceito pertencente às duas áreas; surgindo na mesma época em ambas, embora mais afastada de fundamentos teóricos na moda; a desconstrução vem em ambos os casos reabrir a discussão acerca de “forma”, “função” e “beleza”.

Identidade é também um termo caro à moda e à arquitectura, ambas são a expressão do seu tempo nos seus vícios e virtudes, são a expressão pessoal, social e cultural. Actualmente, a noção de identidade tem despertado muito interesse às marcas de moda que pretendem ver os seus valores materializados nos edifícios das suas lojas.

A par de todos os conceitos comuns referidos anteriormente, a exposição *Skin + Bones* apresenta um conjunto de acções, estratégias tectónicas, que tem vindo cada vez mais a despertar interesse por parte de *designers* e arquitectos e, como tal, contribuído para a aproximação de ambas as actividades. Recentemente, a arquitectura e o *design* têm-se servido de várias técnicas para tornar os seus projectos visualmente mais atractivos.

Uma das técnicas apontadas pela exposição é a criação de invólucros, os edifícios deixaram a sua tradicional estrutura rígida e de geometria clara para criar estruturas mais fluidas e inusitadas que dissimulam as distinções entre as fachadas, principal e secundárias, e a cobertura. Esta nova estratégia assemelha-se em tudo com uma peça de roupa vestida que perde os seus contornos ao ser ocupada pelo corpo. Invólucros que servem de protecção são criados em volta do edifício *East Beach Café* em *Littlehampton* e na colecção *Dress Meets Body* de *Comme des Garçons*. Em ambos os casos são criadas protecções, o edifício é embrulhado numa concha protectora e as roupas adquirem bolsas acolchoadas. (Fig. 89 e 90)



Figura 89 - Heatherwick Studio, “*East Beach*”, *Littlehampton*, 2007.

Figura 90 - *Comme des Garçons*, “*Dress Meets Body*”, Primavera/Verão, 1997.

Figura 91 - Frank Gehry, *Museu Guggenheim*, *Bilbao*, 1997.

Figura 92 - *Vivienne Westwood*, “*Brown Duchesse Satin Bird of Paradise*”, Outono/Inverno, 2005.

Pregas, drapeados e dobras são práticas muito comuns na moda e um pouco menos na arquitectura; na moda estas técnicas são utilizadas para criar volume e movimento, a evolução tecnológica tem permitido que a sua aplicação na arquitectura seja cada vez mais ousada possibilitando a criação de espaços inesperados e cativantes assim com intensos jogos de luz. (Fig.91 e 92)



Figura 7 **Figura 93** - Arthur Casas, loja *Herchcovitch*, Tokyo, 2007.

Figura 94 - Herzog & de Meuron, *Beijing National Stadium*, China, 2008.

Figura 95 - Martim Margiela, Primavera/Verão 2011.

Da moda, a arquitectura herdou também a técnica da impressão, motivada pela necessidade de expressar identidade, denotar a função do edifício ou simplesmente como opção decorativa dos padrões; inscrições e motivos decorativos passam a ser estampados nas fachadas dos edifícios. A loja da marca *Herchcovitch* em *Tokyo*, desenhada por Arthur Casas, tem a fachada revestida com uma espécie de papel de parede, o qual pode ser substituído por um novo, sempre que seja necessário renovar a imagem impressa. (Fig.93)

A tecelagem, técnica de entrelaçar fios e assim formar tecido, tem, também, despertado o interesse dos arquitectos contemporâneos que desenvolveram estruturas complexas semelhantes a malhas entrelaçadas. Essas estruturas permitem a criação de formas mais ousadas e fluidas que a tradicional estrutura porticada não permitiria. (Fig.94)

A moda tem vindo a interessar-se pelo balanço e pela suspensão, característicos da arquitectura e da engenharia. O balanço tem interessado a moda na produção de estruturas dramáticas que se afastam dos limites físicos do corpo. A suspensão é adoptado por motivos semelhantes e com a intenção suplementar de conferir leveza às roupas que parecem flutuar sustentadas por fitas semelhantes a tirantes, num paralelismo claro com a arquitectura. (Fig.95)

5.3 - *Fluid Design*

O apreço generalizado pela “era espacial” nos anos 60 provocou um estreitamento na relação entre a moda e arquitectura; a exploração espacial aproximou o vestuário da arquitectura uma vez que da sua unificação dependia a vida dos seus utilizadores, naves espaciais bem como os fatos dos astronautas obrigavam à utilização de materiais novos e de alta performance. Estes novos materiais foram utilizados não só pelas suas características físicas como pelas suas competências estéticas, assim das colecções de moda passaram a fazer parte, de entre outros, o *nylon* e o PVC; no campo da arquitectura ocorreu um fenómeno semelhante, sendo dado um espacial destaque aos materiais reflectores como o titânio e o alumínio.

Fora do contexto espacial a utilização destes materiais, além de permitir executar novas formas, mais fluidas, foi essencialmente motivado por questões estéticas. Tanto os designers quanto os arquitectos empregaram novos materiais instigados pela mensagem futurista que eles transmitiam. Nas duas áreas foi notório o apreço pelas superfícies espelhadas e reflectoras. Em Paris a “era espacial” vigorava na moda pelas criações de Yves Saint Laurent, André Courrèges, Pierre Cardin e Paco Rabanne, este último utilizou alumínio nas suas colecções inspirado na ideia de “guerreira urbana”. Na arquitectura o alumínio começou a ser utilizado pelos primeiros modernistas, como Otto Wagner, muito tempo antes de ser adoptado pela moda, sendo o culminar da sua utilização só na contemporaneidade com os trabalhos de Frank Gehry, um dos arquitectos que mais utiliza as superfícies metálicas. As superfícies reflexivas estão em constante mudança, espelham todo o movimento que se passa à sua volta e modificam-se de acordo com a luz, o que lhe possibilita uma constante renovação, reflectem ilusões e enganos nas suas constantes transformações o que faz destas superfícies uma atracção constante para os “espectadores”.

A evolução tecnológica permitiu o estreitar da relação entre a moda e a arquitectura, têm sido operadas práticas muito semelhantes em ambas as áreas principalmente a partir da década de 90. Arquitectos e designers têm-se mostrado interessados nos efeitos visuais causados por dobras, torções e inversões das ideias de harmonia e proporção numa tentativa constante de cativar o público.

5.3.1 - Dobra

Gilles Deleuze faz uma leitura do pensamento de Leibniz sobre o Barroco em “A Dobra”. Deleuze classifica o Barroco como a exacerbação da dobra, não a tendo inventado, uma vez que a dobra está presente em muitos momentos anteriores ao Barroco, mas é no Barroco que ela assume uma importância determinante, “O traço do barroco é a dobra que vai ao

infinito”⁸⁷. A dobra levada ao infinito constitui um mundo fluido e contínuo, em cada dobra há uma nova dobra um novo espaço, sendo que toda a metéria é contínua nas suas dobras.

A dobra é tida então como a contracção da matéria, a matéria pode ser dobrada até ao infinito, enquanto a desdobra representa a extensão da matéria; a desdobra é a continuidade da dobra e percorre o espaço de união entre as dobras tornando a metéria num único “corpo flexível e elástico”⁸⁸, que evita rupturas e interrupções.

A palavra “dobra” remete imediatamente para o têxtil para as dobras do tecido, o vestuário Barroco proclama a saturação da dobra, roupas largas contendo inúmeras dobras que se afastam da tradução dos contornos dos corpos e apresentam novas formas profusamente ondulantes e transmutáveis.

A moda barroca desdobra-se na pintura, que por sua vez, ao ver-se limitada na expressão da dobra pela bidimensionalidade, se transforma em escultura, que por sua vez, se desdobra em arquitectura, permitindo assim a experiência da realidade interior também, a arquitectura desdobrar-se-á no urbanismo e assim por conseguinte.

A capacidade de transformação da dobra continua a cativar para além do Barroco, Deleuze refere que “o Barroco não se projecta somente na sua própria moda. Em todos os tempos, em todo o lugar, ele projecta as mil dobras de vestes que tendem a reunir seus respectivos portadores a transbordar suas atitudes, a ultrapassar suas contradições corporais e a fazer das suas cabeças outros tantos nadadores.”⁸⁹ A fluidez continua a seduzir na contemporaneidade *designers* e arquitectos, que encontram nas dobras, a possibilidade infinita da reinvenção formal.

Não é portanto, difícil encontrar, na actualidade, profissionais da área da arquitectura ou do *design* fascinados pelo acto de dobrar. Frank Gehry abusa das dobras nas superfícies reflexivas dos seus edifícios, em tudo semelhantes a tecidos enrugados, que criam concavidades e saliências preenchidas de luz e sombra. Também Preston Scott Cohen se caracteriza pelo uso de geometrias complexas nos seus trabalhos. O arquitecto transforma, eficazmente, geometrias simples, formas puras, modernistas, em composições complexas inspiradas nas composições geométricas do Barroco.

⁸⁷ DELUZE, Gilles - A Dobra: Leibniz e o Barroco, Papirus, 1991, p. 13.

⁸⁸ DELUZE, Gilles - A Dobra: Leibniz e o Barroco, Papirus, 1991, p. 17.

⁸⁹ DELUZE, Gilles - A Dobra: Leibniz e o Barroco, Papirus, 1991, p. 183, 184.

No museu de arte de Tel Aviv, projecto de 2007, as fachadas são dobradas convidando à entrada no edifício; no interior destaca-se um átrio construído em espiral que atravessa todos os pisos, possibilitando assim a iluminação das galerias situadas nos diferentes níveis do edifício. (Fig. 96)

O trabalho de Zaha Hadid mostra também um interesse explícito na construção de espaços contínuos e fluidos, numa persistência em construções orgânicas. A arquitecta opta, normalmente, por desenhos fluidos abundantes em flexões, sem rupturas ou emendas como as que causam, por exemplo, os caixilhos das janelas que são, na maioria das vezes, imperceptíveis nos seus projectos.

Na organização interior do Pavilhão do Egipto, na, em 2010, Zaha Hadid optou por uma fita de tecido, sustentada por uma estrutura flexível e sinuosa, que organiza todo o espaço da exposição conduzindo os visitantes por todo o percurso da exposição. (Fig. 97)

O protótipo alegórico da arquitectura Barroco do apresentado por Deleuze, prevê a organização do mundo em dois andares, um piso inferior habitado e um piso superior pertencente ao plano sensível e, como tal, só alcançável pelas almas. No entanto, o piso inferior é indissociável do superior, os corpos são inseparáveis das almas o que faz uma ligação inquebrável entre os dois pisos. “Em Leibniz, os dois andares são e permanecem inseparáveis: realmente distintos e todavia inseparáveis, em virtude de uma presença do alto em baixo. O andar de cima dobra-se sobre o de baixo. Não há acção de um a outro, mas pertença, dupla pertença.”⁹⁰

Koolhaas, em 1992, no projecto para duas bibliotecas em Jussieu, Paris, idealiza um edifício que vai de encontro à alegoria de continuidade apontada pelo Barroco. Num gesto único, o arquitecto conecta os vários níveis do edifício por uma rampa, fazendo com que cada piso se envolva um pouco com o inferior e o superior,

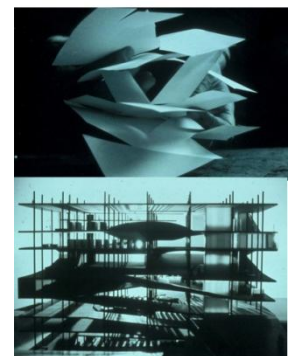
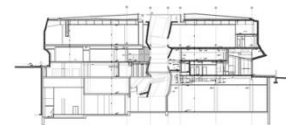


Figura 96 - Preston Scott Cohen, *Tel Aviv Museum of Art*, 2010.

Figura 97 - Zaha Hadid, *Pavilhão do Egipto na Expo de Shanghai*, 2010.

Figura 98 - Rem Koolhaas, *maquete de biblioteca em Jussieu, Paris*, 1992.

⁹⁰ DELUZE, Gilles - *A Dobra: Leibniz e o Barroco*, Papirus, 1991, p. 179.

mesclando as divisões entre eles. A intenção era a de construir um *boulevard* que faça do percurso no interior do edifício um percurso semelhante ao de uma rua com constantes chamadas de atenção e pontos de interesse para o transeunte; a ideia de trazer um ambiente urbano para dentro de um edifício é complacente com a noção metafórica de dobra, a transitoriedade e a infinita capacidade de mutação. (Fig. 98)

Se as dobras marcaram presença na arquitectura desde a época clássica, nos sulcos das colunas, o mesmo acontece com o vestuário. A dobra foi desde sempre a técnica predilecta para criar volume e dar movimento às peças.

Numa leitura mais actual da dobra, Issey Miyake, designer japonês, começou a desenvolver nos anos 80 uma nova técnica de dobras do vestuário, com a intenção de tornar as roupas mais confortáveis e flexíveis para os seus utilizadores. Em 1993 lança *Pleats Please*, uma gama de roupa da sua marca realizada segundo uma nova técnica de confecção, as peças são cortadas e costuradas alguns tamanhos acima do tamanho pretendido no final, depois são envolvidas em papel e enrugadas numa prensa térmica; a “memória” do tecido faz com que ele mantenha as pregas permanentemente. Esta técnica possibilita a criação de formas e texturas em simultâneo, as dobras podem ser feitas de várias formas em alinhamentos verticais, horizontais ou oblíquos o que resulta na possibilidade de criar efeitos diversificados em roupas práticas que dispensam ser engomadas. (Fig. 99)

Hussein Chalayan é um designer de origem turca, que habitualmente se destaca pelo afastamento do seu trabalho relativamente aos circuitos comerciais da moda. Desenvolve um trabalho de carácter conceptual e experimental que apresenta em performances, contrariando os tradicionais desfiles. A sua colecção do Outono/Inverno de 2000 é baseada na necessidade de evacuação, de fuga; situações limite onde as pessoas têm de partir levando só a roupa.

A apresentação da colecção é feita num cenário de uma sala de estar e inicia-se com a mostra de roupas transformáveis, que se dobram e adquirem novas funções de acordo com as necessidades pessoais. Já no final da mostra, os móveis que compunham o local são transformados, as capas das cadeiras são vestidas pelas modelos e as cadeiras transformadas



Figura 99 - Issey Miyake, “Pleats Please”.

Figura 100 - Hussein Chalayan, colecção do Outono/Inverno de 2000.

em malas de viagem; por fim resta apenas uma mesa que é transformada numa saia, vestida pela última modelo que ao sair deixa uma sala vazia. (Fig. 100)

Toda a colecção apresenta um aspecto sóbrio e simplista com uma estética semelhante à da primeira metade do século XX, onde a guerra incutia sobriedade. A colecção de Hussein Chalayan não pode deixar de ser vista como uma leitura ampla do conceito de dobrar, pela capacidade de mutação e transformação, indo de encontro à conclusão deleuziana, “Descobrimos novas maneiras de dobrar, assim como novos envoltórios, mas permanecemos leibnizianos, porque se trata sempre de dobrar, desdobrar, redobrar.”⁹¹

5.3.2 - *Blobitecture*

Ainda nos anos 90 surge um novo conceito na arquitectura - *blobitecture*. Conceito introduzido por Greg Lynn, em 1995, para designar as novas práticas na arquitectura que haviam surgido como resultado da aplicação das novas tecnologias. Por *blobitecture* entendem-se os edifícios de formas curvas e arredondadas que sugeriam um novo tipo de organicismo onde é difícil distinguir entre os tradicionais alçados, plantas e cobertura, onde tudo se organiza segundo uma geometria contínua. A este novo tipo de arquitectura é por definição indispensável a utilização de um *software* apropriado, tanto na concepção do projecto quanto na posterior execução do edifício.

Em vários momentos históricos a arquitectura havia mostrado fascínio pela subtileza das formas curvas, pode-se estabelecer uma ligação entre o conceito de *blobitecture* e as propostas do grupo *Archigram* que se mostraram também interessados na tecnologia ao serviço da arquitectura, assim como o interesse pelas formas curvilíneas. Podem ainda ser apontadas as influências de Oscar Niemeyer, preocupado com as relações entre a arquitectura e a fluidez das formas da Natureza e do Homem, e de Antoni Gaudí, interessado no organicismo das formas naturalistas.

A estética *bolb* interessou não só a arquitectos como também a designers de moda que optaram por privilegiar o eixo vertical nas suas criações, envolvendo o corpo com roupas volumosas que dissimulavam as suas formas. A utilização das formas *bolb*, esteticamente semelhante, entre arquitectura e moda teve como fundamentos distintos, ou até opostos, enquanto a arquitectura procurou desenvolver formas mais aprazíveis e confortáveis que melhor condicionassem o corpo humano “pois tudo o que é redondo convida à carícia”⁹². A

⁹¹ DELUZE, Gilles - A Dobra: Leibniz e o Barroco, Papirus, 1991, p. 208.

⁹² BACHELARD, Gaston - A Poética Do Espaço, Martins Fontes, 2008, p. 239.

moda distante da necessidade de suavizar contornos afastou o vestuário do corpo, numa atitude semelhante à da arquitectura, criando espaço vazio entre o corpo e a roupa que permitia uma maior mobilidade, comum nas propostas de Issey Miyake, ou envolvendo os corpos em estruturas alveolares que criavam um volume excessivo à volta do corpo sugerindo protecção, presente no trabalho de Hussein Chalayan.

Na arquitectura salientam-se o trabalho de Peter Cook e Colin Fournier no *Kunsthau Graz* na Áustria. Este museu de arte contemporânea integra os princípios da arquitectura *bolb* à sua forma extravagante de o apelido de “alien amigável”. É revestido a acrílico azul que possui na fachada direccionada para o centro da cidade um sistema de vídeo de baixa resolução, uma “pele comunicativa” que permite ao museu comunicar-se com o exterior e integrar-se na actual Era Digital. (Fig. 101)

Algo semelhante acontece com Allianz Arena de Herzog & de Meuron que fica em muito a dever-se à modelação feita por computador. O estádio é revestido por uma espécie de almofadas insufláveis que nas noites de jogos ostentam as cores das duas equipas da casa, vermelho ou azul, ou o branco em caso de jogos neutros. (Fig. 102)

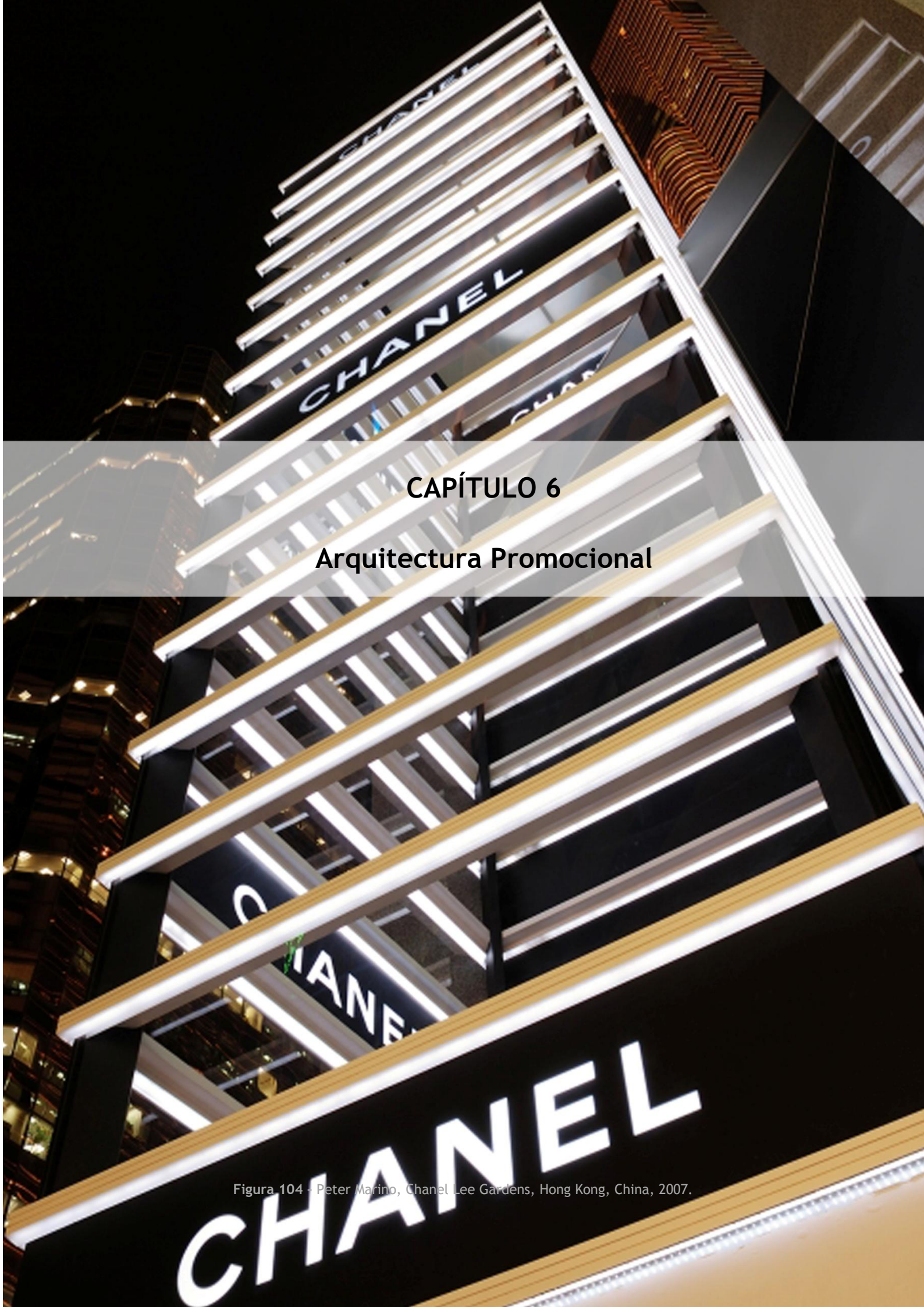
O edifício *Selfridges Department Store* de Future Systems é um outro exemplo da aplicação do conceito de *blobitecture*, neste caso trata-se também de um edifício onde a noção convencional de alçados e cobertura são perdidas numa estrutura azul, em forma de gota, com 15 mil discos de alumínio cravejados sugerindo os vestidos de Paco Rabanne na década de 60. (Fig 103)



Figura 101 - Cook e Colin Fournier, “*Kunsthau Graz*”, Austria, 2003.

Figura 102 - Herzog & de Meuron, Allianz Arena, Munique, 2005.

Figura 103 - Future Systems, “*Selfridges Department Store*”, Birmingham, 2003.



CAPÍTULO 6

Arquitectura Promocional

Figura 104 - Peter Marino, Chanel Lee Gardens, Hong Kong, China, 2007.

6.1 - Comunicação Visual

A comunicação é tida como o primeiro acto social do homem, é inicialmente de carácter simples e utilitário tendo vindo depois a crescer em complexidade e subjectividade. O acto de comunicar implica a transmissão de uma mensagem desde um emissor até um receptor, para que o processo seja bem sucedido, para que a mensagem seja transmitida correctamente, é imprescindível a existência de um código que os dois intervenientes dominem.

No âmbito da comunicação visual as mensagens estão contidas nas imagens, logo tudo o que é visível tem uma mensagem subjacente que pode ser mais ou menos ambígua, a comunicação visual é mais directa, mais imediata, uma vez que estamos constantemente a apreender uma infinidade de imagens; a comunicação visual é mais ambígua que a verbal o que se deve à não existência de um código rígido, o que permite diferentes percepções das mesmas imagens consoante o observador, as suas vivências pessoais e o meio onde está inserido. Às mensagens visuais está, então, na maioria das vezes, inerente uma leitura conotativa, passível de vários entendimentos.

Moda e arquitectura são em tudo semelhantes no modo como transmitem as suas mensagens, ambas entendidas como signos visuais que veiculam consigo diversas formas de interpretação. A capacidade de transmitir mensagens subjectivas está igualmente presente na moda e na arquitectura, duas áreas onde a comunicação visual é soberana, associação que se faz de um hábito à religião é em tudo semelhante à que se faz de uma igreja.

“A vista é veloz, compreensiva analítica e sintética. Requer pouca energia para funcionar e fá-lo à velocidade da luz, permitindo às nossas mentes receber e conservar um número infinito de unidades de informação numa fracção de segundo.”⁹³

O método de apreender tanto a arquitectura quanto a moda é particular e distinto do método de leitura de um texto. Segundo Grant McCracken, antropólogo, o método de leitura do vestuário é distinto do de um texto, a leitura de um texto é linear enquanto a leitura do vestuário processa-se de modo simultâneo, como a leitura de uma obra de arte que é apreendida na sua totalidade em simultâneo. O processo de leitura do vestuário é então o mesmo que o do objecto arquitectónico, a apreensão da mensagem nos dois casos é

⁹³ Caleb Gattegno - Towards a Visual Culture in, GOUVEIA, João Francisco Teixeira - Arquitectura e Comunicação, FAUP, 2006/2007, Prova Final para Licenciatura em Arquitectura, p. 20.

processada individualmente, segundo a interpretação singular, dado não existir um código restrito de leitura.

É possível que alguns elementos tenham uma leitura quase unânime para a maioria das culturas como é o caso de uma porta, por exemplo, na arquitectura, ou de uma *t-shirt*, na moda, em que a função é óbvia. Nestes casos a leitura é imediata e objectiva, denotativa e universalmente aceite. No entanto, a comunicação estabelecida pelo vestuário e pela arquitectura tem algumas limitações quando comparada com a comunicação verbal, apesar de ser impossível definir um código preciso de comunicação, é possível, e partindo do exemplo anterior, através de uma porta perceber a que estilo arquitectónico, a que período esse elemento pertence. O mesmo se passa com uma peça de vestuário, embora seja mais difícil de catalogar dada a volatilidade da moda, é também possível fazer a mesma análise.

Esta capacidade conotativa dos objectos de arquitectura e de moda aponta para a existência de um código, da mesma forma que um arco ogival é associado ao Gótico, uma peruca grisalha é associada ao Barroco; a esta associação está patente um código que nos diz que a arquitectura gótica se serviu maioritariamente de certos elementos bem como a moda barroca de outros. A comunicação, na moda e na arquitectura, está vinculada a um código o qual se mostra limitado relativamente à linguagem uma vez que não lhe é permitido expressar, com clareza, opiniões, vontades ou sentimentos, mas o qual não está incapacitado de comunicar, ainda que com a subjectividade que a dimensão artística incute.

Se por um lado, o código da moda e da arquitectura é limitado relativamente à linguagem verbal essa limitação torna-se uma mais-valia noutra vertente; o facto de a língua estar sujeita ao conjunto de palavras disponível e às regras de construção frásica, que têm de ser respeitadas em favor do entendimento, o código das imagens é livre, podendo sempre ser reinventado, sem que isso sacrifique a sua capacidade de comunicar.

A experiência das duas áreas em questão, e embora ambas promovam uma experiência sensorial completa enquanto objecto construído, é uma experiência predominantemente visual e como tal uma experiência intelectual, a absorção das imagens, a leitura e o seu processamento não dispensam o pensamento, trata-se de um processo mental e singular. Nas palavras atribuídas a Leonardo da Vinci “a arte é coisa mental”. Sendo que as formas não possuem qualquer significado por si, os significados são uma reacção intelectual e emocional do observador face a estímulos visuais, reacções essas variáveis de acordo com a experiência e a susceptibilidade do observador. O que faz de todas as leituras relativas, influenciadas por uma visão particular em circunstâncias particulares, como o espaço o tempo e a localização.

Ainda na similaridade entre a linguagem verbal e a linguagem visual, Sausure, linguista, considera a língua uma união entre um significado - conceito, e um significante - imagem

acústica, a língua é tida por este autor como uma instituição social, um sistema complexo que os homens adquirem por herança das gerações anteriores e o qual não podem alterar à sua vontade “o indivíduo não pode, sozinho, nem criá-la nem modificá-la, pois ela é essencialmente um contracto colectivo, ao qual nos devemos submeter globalmente se queremos comunicar.”⁹⁴ As alterações da língua não são nunca provocadas por vontades individuais, a língua é uma propriedade colectiva e como tal altera-se muito lentamente.

À alteração da língua está inerente a passagem do tempo; tempo que é também o factor mais decisivo na cisão entre moda e arquitectura. Enquanto a língua sofre uma evolução, com toda a morosidade que esse processo requer, a moda é completamente avessa a essa lentidão, na moda opera a revolução, a renovação constante disfarçada pela mudança das estações. O significado do vestuário está em constante renovação, a mesma peça de roupa adquire um significado diferente de ano para ano, num contexto diferente ou numa sociedade diferente.

A moda em oposição à língua muda rapidamente por acção das massas que seguem os desígnios ditados por poucos. A acção individual é capaz de no âmbito da moda, tornar um objecto insignificante num objecto significativo, o acto de trazer um objecto para o circuito da moda é dotá-lo de significado, juntando mais uma palavra ao léxico que poderá ser livremente interpretada e reinventada. No paradoxo evolução/revolução a arquitectura mostra-se mais inerte que a moda, a mudança não é tão demorada quanto a da língua, porém; a “moda” da arquitectura dura mais tempo que a do vestuário. Há ainda assim uma tendência cada vez maior para a construção de edifícios versáteis que possibilitem atmosferas alteráveis; a par disso as “tendências” em arquitectura são também lançadas pelos nomes mais sonantes do meio, são colocadas num mercado para serem replicadas até caírem em desuso e serem substituídas por outras visualmente mais atraentes. Para o arquitecto Jean Nouvel “a linguagem está sempre ligada a particularidades e especificidades, a primeira das quais é a época”⁹⁵ afirmação que é igualmente válida tanto para a moda quanto para a arquitectura, independentemente do período a ser considerado como “época” seja apenas uma estação ou alguns anos.

A produção de imagens sempre teve um papel determinante na sociedade, anterior à escrita, pensa-se que começou por ser utilizada em rituais para a prosperidade das actividades de subsistência; mais tarde utilizada para “educar” o povo analfabeto através de imagens religiosas e para enaltecer as façanhas das instituições do poder. A história das imagens viveu largos séculos vinculada à propaganda religiosa e política, depois disso, e excluído as imagens

⁹⁴ BARTHES, Roland - Elementi di Semiologia, Turim, 1992, p.17-18.

⁹⁵ Jean Nouvel in, GOUVEIA, João Francisco Teixeira - Arquitectura e Comunicação, FAUP, 2006/2007, Prova Final para Licenciatura em Arquitectura, p. 72.

cuja finalidade é exclusivamente artística, a função imperativa da produção de imagens é a comercialização.

A publicidade é determinante no sucesso de um produto, à publicidade cabe atribuir mais significado aos objectos que o que eles realmente têm, suscitar o sonho e o desejo humanos em possuir algo; os consumidores são estrategicamente atingidos por imagens que mostram “realidades” atractivas das quais ele deseja participar.

“Hoje em dia somos bombardeados por uma tal quantidade de imagens que já não sabemos distinguir a experiência directa do que vimos durante poucos segundos na televisão. A memória está coberta de camadas de pedaços de imagens como um depósito de lixo, onde é cada vez mais difícil que uma figura entre muitas seja capaz de ganhar relevo.”⁹⁶

A competitividade comercial vende um volume exorbitante de imagens a todo o momento o que torna difícil que alguma dessas imagens seja saliente relativamente às restantes, esta necessidade de vender torna as mensagens vinculadas por estas imagens simples e objectivas de forma que facilmente sejam apreendidas pelo público, aqui a objectividade impera.

6.2 - *Flagships Stores*

“Nós colocamos toda a nossa energia na comunicação das ideias, através do espaço, através da nossa loja porque ela está aberta todo o ano, todos podem entrar e experimentar. Enquanto que nos desfiles confia-se na imprensa ou naqueles que assistem para comunicar o que viram ou o que sentiram às outras pessoas.”⁹⁷

O espaço da moda é um espaço sempre idílico imbuído em fantasia, desejo, romantismo e fetichismo, é o espaço das aparências por excelência, distante da realidade apaixonada com um conjunto de propostas visuais constantemente renovadas. No espaço destinado à moda, desfiles, lojas, *websites*, a moda é um objecto de consumo visual, a imagem oferece ao consumidor a promessa de uma vida renovada.

⁹⁶ CALVINO, Italo - Seis Propostas para o Próximo Milénio, Lições Americanas, Editorial Teorema, 1990, p. 112.

⁹⁷ Vexed Generation in, QUINN, Bradley - The Fashion of Architecture, Berg, Oxford, 2003, p.53. (tradução de autor).

O produto da moda está para além das peças de roupa em si; os *designers* criam colecções que contam histórias, além de reflectirem a sua identidade ou a identidade de uma marca, as colecções contam histórias que seduzem os consumidores e incutem-lhe a vontade de fazer parte da história, ao comprar peças das colecções. Histórias vendidas no espaço irreal, cinematográfico dos desfiles e fotografias de moda. “As pessoas olham e têm a visão da sua própria vida. Nos compramos com base em imagens. A visão e a vista, que na tradição Ocidental uma vez tipificada a inteligibilidade, transformou-se numa armadilha.”⁹⁸

A maneira de fazer compras, tal como a moda, alterou-se ao longo do tempo, espelhando as mudanças sociais, a actividade de fazer compras exerce uma forte influência sobre a vida pública e a actividade urbana. As lojas de roupas estão a absorver outras actividades como cafés, ginásios e museus para uma oferta mais diversificada e abrangente, equipando-se à comodidade oferecida pelos centros comerciais.

O espaço urbano é povoado por espaços comerciais, está completamente invadido por anúncios publicitários e logótipos das marcas, sendo que uma mudança nos espaços comerciais significa inevitavelmente uma mudança no espaço urbano. Esta habilidade da moda transformar o espaço urbano não é recente, a vivência do espaço urbano esteve sempre fortemente cunhada à actividade comercial. Na análise de Walter Benjamin é da actividade comercial a responsabilidade da dissolução das fronteiras entre interior, espaço privado, e exterior, espaço público; a criação de arcadas como objectivo de tornarem as compras uma actividade mais protegida e agradável constrói uma suave transição entre interior e exterior, público e privado.

Num raciocínio semelhante, Baudelaire, coloca o *flâneur* em cena apresentando-o como um “experimentador” da cidade, que percorre e experiencia as suas ofertas. Para ele “as arcadas fazem o cruzamento entre uma rua e um interior... a rua torna-se a morada para o *flâneur*; ele está tão em casa entre as fachadas das casas como um cidadão dentro de suas quatro paredes”⁹⁹.

A maneira de se fazer compras evoluiu desde a troca de produtos, à sua venda em barracas nas praças, passando depois para as ruas, onde foi necessário construir arcadas que foram desdobradas em galerias e posteriormente em centros comerciais; a evolução processou-se sempre no sentido de tornar a actividade mais cómoda. Os centros comerciais trazem para um interior protegido as actividades que antes ocupavam as ruas. Para Baudelaire “a cidade

⁹⁸ Henri Lefebvre in, QUINN, Bradley - The Fashion of Architecture, Berg, Oxford, 2003, p.36. (tradução de autor).

⁹⁹ Walter Benjamin in, QUINN, Bradley - The Fashion of Architecture, Berg, Oxford, 2003, p.40. (tradução de autor).

tornou-se agora paisagem, agora uma sala”¹⁰⁰ o que representa o golpe final na essência do *flâneur*.

Para Benjamin o espaço urbano é um conjunto amplo e complexo de objectos, pessoas e eventos unidos pelos costumes do capitalismo. No decorrer da dialéctica capitalista a partir dos anos 90, as marcas concentraram-se em desenvolver uma identidade corporativa que vende de forma eficaz os seus produtos a uma escala global. A tendência é para a construção de ambientes surpreendentes que ofusquem as marcas concorrentes sendo, para esse efeito, a parceria com a arquitectura determinante.

As lojas das grandes marcas situa-se nas principais ruas de todo o mundo, desprezando as superfícies comerciais onde tem de se integrar num edifício previamente definido, elas optam pela rua, uma montra privilegiada à vista de todos. Estes edifícios são cuidadosamente pensados para transmitir a estratégia em que a marca assenta, bem como para se destacar de todos os envolventes. Estes edifícios icónicos somam diversas actividades além do retalho, apostando numa alargada oferta aos clientes.

Ainda no início do século XX, Peter Behrens desenvolve para a fábrica AEG, o que hoje se chama de identidade corporativa, redesenhando o logótipo da marca, bem como o restante *layout* e um novo edifício, colocando na fachada o logótipo da marca de forma a publicitá-la. A competitividade exige que as marcas apostem em estratégias de *marketing* eficazes, assim as propostas arrojadas dos seus edifícios são uma ferramenta de *marketing* que aproxima a arquitectura ainda mais da moda, aqui a função central do edifício é, tal como a da moda, vender a sua imagem. Uma identidade corporativa sólida significa uma imagem global, o que nos parâmetros actuais é tão, ou mais, importante que o produto em si. Inicialmente as marcas apostavam apenas no *design* interior dos seus edifícios, mas mais recentemente a aposta é em ampliar a capacidade comunicativa dos mesmos, alargando a experiência a todos os transeuntes, além dos utentes do edifício.

As marcas associam-se aos arquitectos mais conceituados e vanguardistas do mercado para elaborarem projectos luxuosos e extravagantes, apostando num design inovador e materiais esdrúxulos. Actualmente uma marca é mais que aquilo que vende, é um imaginário que seduz o cliente. Deste imaginário faz também parte a cultura do “*star system*” que justifica a escolha dos gabinetes mais renomados para a execução dos projectos, gabinetes estes

¹⁰⁰ Walter Benjamin in, QUINN, Bradley - The Fashion of Architecture, Berg, Oxford, 2003, p.40. (tradução de autor).

também inspirados no mercantilismo das multinacionais; sendo escolhidas recorrentemente por instituições de poder de forma a despertar maior interesse nas obras, bem como uma maior mediatização. No âmbito da moda, esta mediatização é especialmente bem-vista e traduz-se num valor acrescido para os seus produtos.

6.2.1 - *New York Prada*

Prada é um empresa fundada no início do século XX por Mario Prada que inicialmente vendia artigos em pele, no final dos anos 70 passa a ser gerida por Miuccia Prada que aposta na vanguarda e abre uma linha de *prêt-à-porter* actualmente conotada com luxo e sofisticação.

A marca é pioneira, e das que mais tem investido, na construção de uma imagem corporativa, procurando reflectir o vanguardismo e sofisticação nas suas lojas e demais elementos publicitários. Prada desenvolveu o conceito de “epicentros” lojas ícone em locais estratégicos que além de espelharem os fundamentos da marca procuram também expressar o carácter das cidades onde se inserem.

Rem Koolhaas é o responsável por vários projectos para a marca, não só pelos projectos de lojas, das quais se encontram construídas a *New York*, *Los Angeles* e *San Francisco*, como também pelo projecto de passarelas, para Prada e Miu Miu, linha mais juvenil da marca. OMA/AMO são ainda responsáveis pelo projecto de uma estrutura efémera de exposição em Seoul, Coreia do Sul, pelo projecto da Fundação Prada em Milão, bem como pelo projecto de um website, um site de leilões e alguns catálogos de moda da marca.

A associação da marca ao nome de Rem Koolhaas contém uma mensagem subliminar que pretende reafirmar a marca como uma marca sólida, com um significado monumental. A loja situada no bairro *SoHo*, em *New York*, actualmente povoado pelas lojas das marcas, marca o início do monopólio de lojas ícone da empresa. Situa-se num edifício do século XIX, antiga secção do museu Guggenheim, com uma estrutura em ferro fundido e as fachadas revestidas a tijolo, elementos característicos da arquitectura local no século XIX.

A loja abriu portas em 2001 e ocupa uma área de 2.190m² distribuída por dois pisos, piso térreo e piso inferior. É o primeiro projecto comercial do arquitecto que se havia ocupado já do estudo da actividade do retalho, que procurou no projecto da loja.

Do estudo realizado foi absorvido que as actividades actuais por mais distintas que sejam tendem a aproximar-se da actividade de fazer compras. Koolhaas conclui que museus, bibliotecas, escolas ou hospitais se tornam cada vez mais semelhantes a centros comerciais onde os utentes se tornam clientes. Daqui ressalta a proposta de inverter a situação, de tornar os clientes visitantes, estudantes ou pesquisadores; pretende-se que a loja torne a

actividade de comprar uma actividade que represente uma mais-valia para o cliente, uma actividade enriquecedora.

Desta forma o espaço comercial é tratado como um espaço de exposição, resgatando a anterior função, de museu, do espaço. A exposição é a função que tem mais relevância na loja, as tradicionais prateleiras são convertidas em expositores sofisticados que abrigariam de forma igualmente satisfatória peças de roupa ou obras de arte.

O elemento de maior destaque do projecto é uma onda que se converte em degraus numa das extremidades enquanto a outra é transformável em passarela ou num espaço de exposição suplementar. Esta “grande onda” inicia-se no piso de cota zero e desce até ao piso inferior o que leva os clientes a deslocarem-se, também, ao piso inferior. É utilizado como espaço de exposição, principalmente sapatos, ou espaço performativo, podendo adquirir diferentes funções em eventos esporádicos.

A intenção de enriquecer a experiência de compra é conseguida pela forte aposta na tecnologia (os provadores, transparentes, em cristal, tornam-se opacos ao ser pressionado um botão). Nos provadores existe ainda um “espelho mágico” que grava as imagens que o cliente deseja para que seja possível visualizar vários ângulos da peça de roupa em simultâneo. Por toda a loja há dispositivos electrónicos que dão informações adicionais detalhadas acerca de cada produto, sempre que o cliente as solicitar, informações como tamanho, colecção, peças disponíveis e imagens de desfiles. A loja possui ainda um elevador circular transparente que faz a ligação entre os dois pisos e dispõe de espaço para a exposição de acessórios.

A característica fulcral de todo o projecto é a sua capacidade de mudar, a flexibilidade do espaço; todos os ambientes podem ser alterados de acordo com as necessidades sazonais. Às duas paredes longitudinais reside também essa capacidade de mudança, de um lado uma parede em policarbonato translúcido que se altera consoante a intensidade de luz recebida; do outro lado uma parede revestida a papel de parede com a finalidade de ser substituída para criar ambientes distintos. Por todo o espaço comercial do edifício estão suspensas uma espécie de jaulas em alumínio, que abrigam artigos de vestuário, estas jaulas têm uma organização flexível, podendo ser agrupadas ou separadas.

Exteriormente foram respeitadas as características originais do edifício do século XIX, mantendo-se as portas em ferro e o revestimento da fachada em tijolo.

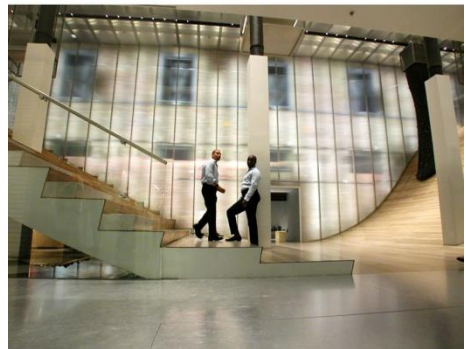


Figura 105 - *New York Prada*, OMA, 2001. Fachada principal do século XIX, com estrutura em ferro e revestimento em tijolo.

Figura 106 - Interior da loja, vista longitudinal, piso térreo.

Figura 107 - “Gande Onda”, vista lateral e parede lateral em policarbonato translúcido.

Figura 108 - “Grande Onda”, Vista longitudinal.

ARQUITECTURA E MODA _ Pontos de Contacto e Influências
Arquitectura Promocional

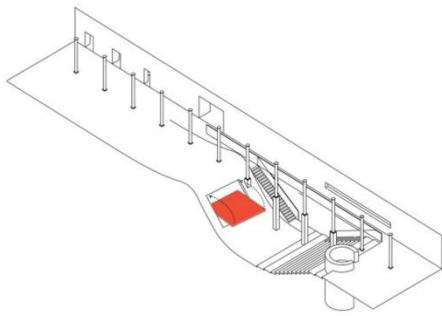


Figura 109 - Axonometria do funcionamento da “Grande Onda”.

Figura 110 - “Grande Onda” convertida em palco.

Figura 111 - “Jaulas” suspensas que servem de expositores e podem ser deslocadas através de calhas adquirindo diferentes configurações do espaço da loja.

Figura 112 - Elevador circular, convertido em espaço de exposição.

Figura 113 - Parede lateral, revestida a papel de parede.

6.2.1 - Prada Tokyo

Tokyo é talvez a mais recente capital da moda e a que se encontra em franca expansão. O Japão entra para o palco da moda nos anos 60, onde começa a ganhar relevo marcas internacionais no país. É, actualmente, um mercado que continua em expansão, mesmo com o declínio do sector, o mercado nipónico, líder tecnológico, continua a ser um terreno fértil para a moda, dada a sua avidez por novidades e a permeabilidade a marcas estrangeiras que associam a prestígio.

Desta forma *Tokyo* tornou-se o sítio ideal para estreitar a relação entre moda e arquitectura, é a cidade onde a configuração da paisagem urbana mais é alterada pelo sector do comércio, o que depende em grande parte da presença dos edifícios icónicos que vão surgindo cada vez mais em pontos estratégicos da cidade.

O fenómeno da arquitectura corporativa tornou-se especialmente visível em *Tokyo*, enquanto nas restantes capitais da moda mundiais as lojas estão na maioria dos casos integradas em zonas históricas, em edifícios de valor patrimonial, chegando a ocupar ruas e quarteirões inteiros. O facto de as lojas se encontrarem em zonas de interesse histórico leva à existência de muitas condutas de salvaguarda do património, o que condiciona as alterações possíveis nestes edifícios e leva a que estas incidam sobre tudo no seu interior.

No caso particular de *Tokyo*, o cenário é favorável à construção de edifícios completamente novos, o que se deve a várias razões, das quais a destruição causada por um terramoto em 1929, ou a destruição causada pela Segunda Guerra Mundial. Em favor dos novos edifícios está também a lei japonesa que não oferece grandes entraves à demolição de edifícios antigos.

Não é rara a associação que se faz dos jovens japoneses à moda, caracterizam-se por dar grande importância à moda, por prescindirem de outras necessidades em favor de vestir a última moda das marcas europeias mais conceituadas. Estes jovens frequentam bairros específicos na cidade o que está directamente relacionado com a localização das lojas das marcas mais importantes. Destacam-se o bairro de Ginza, a zona de Shibuya e Harajuku. A expansão das marcas de moda para estes locais é justificada pelos mais de 60% na percentagem das vendas mundiais que o mercado japonês detém.

O segundo epicentro da marca Prada situa-se em *Tokyo*. A cargo dos arquitectos Herzog & de Meuron, também eles responsáveis por diversos projectos para a marca, como a sede em *New York*, dois projectos em Arezzo, Itália, uma loja temporária em Basel e o projecto da Exposição Prada em parceria com Rem Koolhaas.

A loja em *Tokyo* situa-se em Aoyama, nas proximidades de Shibuya e Harajuku, com uma área de 2.900m² foi finalizada em 2003. A intenção foi a de criar um edifício que se distinga de todos os circundantes e que desperte o interesse em chegar até ele; para tal os arquitectos optaram por libertar o espaço, sendo a zona de implantação uma zona densa, de edifícios baixos, antigas casas agora convertidas em edifícios comerciais e escritórios. A ideia foi criar uma pequena praça que recebe os transeuntes junto a um alto e elegante edifício, que se destaca dos circundantes. É projectado um edifício de seis andares e cinco faces, visualmente semelhante a um cristal, que aparece para alegrar a paisagem urbana monótona e maçadora.

Todo o edifício é concebido a partir do modelo de um losango que surge do logótipo da marca. Todas as faces do edifício fazem parte de uma grade onde a estrutura e a fachada do edifício se fundem. Todo o edifício é construído por losangos em cristal que são de quatro tipos, planos, dos quais alguns são translúcidos, nas zonas mais reservadas; côncavos e convexos. A alternância entre estes tipos de vidro causam efeitos visuais diversos, ora parecem aproximar o interior da loja do exterior emoldurando a cidade para quem está dentro da loja, ora projectam o interior da loja para fora, convidando a entrar.

Este edifício é um exemplo da fusão da pele e ossos do edifício que provoca uma relação de maior proximidade entre o interior e o exterior, de dentro mostra, para o exterior, os artigos em exposição e dentro vêem-se imagens da cidade manipuladas pelos efeitos ópticos dos diferentes vidros. Todas as infra-estruturas do edifício foram afastadas das fachadas para que o edifício permaneça o mais transparente possível, à excepção de umas escadas que são no entanto abertas e não representam nenhum prejuízo para a transparência pretendida. A imagem do conjunto é de uma beleza frágil. A estrutura em forma de losango é projectada para o interior da loja, desenhando-o. O espaço interior é criado com a intenção de ser compreendido como um todo contínuo, para tal são criadas umas celas horizontais que se situam entre dois pisos conectando-os e confundindo os clientes com relação ao piso onde se encontram. Estas celas abrigam os espaços mais privados dos provadores além de ter a finalidade estrutural de, em conjunto com os acessos verticais, conferir rigidez ao edifício.

No interior predomina o branco e a simplicidade, o design é minimalista, não ofusca os artigos expostos, nem a casca do edifício que é o elemento de maior destaque, destaque para o qual contribui com um interior simples e limpo. À noite o edifício é iluminado, emanando luz pela cidade e contrastando com a opacidade dos edifícios vizinhos.

As tradicionais lojas de moda têm unicamente o espaço da *vitrine* para mostrar à rua que é o espaço mais importante, o que apresenta a loja, os seus artigos; a proposta da Prada de Ginza é que toda a loja seja uma *vitrine*, que a exposição seja permanente e exista em todos os ângulos de visão.



Figura 114 - Prada *Tokyo*, Herzog & de Meuron, 2003.

Figura 115 - Vista do edifício à noite.

Figura 116 - Maquete do edifício.

Figura 117 - Maquete, detalhe da organização interior.

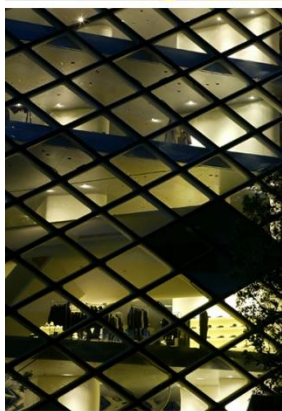


Figura 118 - Interior da loja, simplicidade do *design* interior.

Figura 119 - Interior da loja.

Figura 120 - Vista do exterior para o interior, diferentes vidros.

Figura 121 - Celas horizontais, vistas do exterior.

Figura 122 - escadas interiores.

Figura 123 - Logótipo da marca que dá origem aos losangos que desenharam o edifício e assinatura dos arquitectos.

6.2.2 - Peter Marino para Chanel

Peter Marino é um arquitecto nova-iorquino em actividade desde 1978 que tem desenvolvido um grande número de projectos na área do retalho e da habitação, ambos para os nomes mais conhecidos do mundo da moda e da arte. Responsável por vários projectos para as marcas Chanel, Louis Vuitton, Christian Dior, Ermenegildo Zegna, Céline, Lancôme e Dona Karen, além de projectos residenciais para Giorgio Armani, Andy Warhol ou Valentino.

A marca Chanel dispõe actualmente de mais de 100 lojas em todo o mundo, algumas das quais ficaram a cargo do arquitecto Peter Marino. A marca do início do século XX é sempre associada à sua fundadora Coco Chanel que estabeleceu os valores da mesma que se mantêm até hoje. O espírito transgressor de Gabrielle (Coco) Chanel resultou numa linha que prima pela elegância e sofisticação puristas, objectos de moda austeros de geometria clara e limpa. Valores que Karl Lagerfeld, criativo responsável desde 1983, continua a apostar nas suas colecções; estes mesmos princípios são fundamentais para a imagem corporativa da marca. O sonho de sofisticação, elegância e sobriedade tem de ser claro nos projectos das lojas.

Para a loja de Ginza em *Tokyo*, loja sede na cidade, o arquitecto desenhou uma torre onde estão inseridos além de três pisos de loja escritórios nos pisos superiores, um restaurante *gourmet* na cobertura, uma sala de exposições e concertos no 1º piso e um jardim no terraço. A torre tem 56 metros de altura e é implantada numa área de 6.098m², ficou concluída em 2004.

Aos valores tradicionais da marca, como a austeridade, foram acrescentadas algumas inovações tecnológicas que fazem a ponte com a contemporaneidade, o que torna a loja um espaço único e exclusivo.

O principal desafio foi a construção de uma fachada que ao mesmo tempo que iluminasse o interior fosse também um eficaz objecto de comunicação; comunicação que devia ser mutável em vez de uma imagem fixa. A fachada frontal é o elemento de maior destaque de todo o projecto, consiste numa inovação tecnológica, três camadas de vidro com LEDs brancos entre eles permitindo transformar a fachada do edifício num gigante ecrã a preto e branco. São utilizados vidros electrónicos que possibilitam mudanças na opacidade; durante o dia o vidro é transparente e à noite é transformado num outdoor translúcido gigante onde Marino recria, numa versão *high-tech* o conhecido padrão *tweed*. A fachada além de recriar o padrão *tweed* é capaz de projectar imagens publicitárias de desfiles da marca no ecrã gigante a preto e branco, desenhado segundo uma rigorosa malha ortogonal que assim como as cores neutras tão bem caracterizam a marca. A capacidade da fachada renovar constantemente a imagem do edifício é conseguida graças aos 700.000 LEDs que lhe estão encastrados.

O interior do edifício reflecte de igual forma o purismo Chanel, onde são privilegiados os tons neutros e as linhas ortogonais. Uma das características que tornam este edifício único é, além do alçado principal, o sistema de estacionamento mecânico onde os veículos são recebidos num luxuoso espaço pavimentado a granito sobre o qual é estampado o padrão *tweed*, as paredes são em mármore branco e os tectos translúcidos, o espaço é ainda repleto por ícones da marca uma litografia de grande escala do icónico Chanel N°5.

Peter Marino é também responsável pela reformulação da loja Chanel em Hong Kong, com mais de vinte anos de existência. Para esta loja utilizou, mais uma vez, um ícone da marca que reinventou na fachada. Desta vez o mote para a configuração exterior do edifício foi a embalagem do perfume Chanel N°5. Um frasco branco com as arestas delineadas a negro é recriado na fachada do edifício, o branco torna-se mais uma vez um ecrã LED em cristal capaz de projectar imagens de alta resolução a preto e branco.

No interior a loja possui obras de arte desenvolvidas especialmente para a marca, como é habitual nas lojas da marca, a ideia é transformar a experiência de compra numa actividade luxuosa e sofisticada tal e qual os produtos da marca oferecem.

Além das lojas Chanel para *Tokyo* e a loja central para Hong Kong Peter Marino fez outros projectos para a marca, bem como para outras marcas, como é o caso da Louis Vuitton onde é responsável, principalmente, pelo design de interiores que são bastante diferentes do que se passa nas lojas Chanel, onde imperam os tons neutros e a simplicidade formal. Nas lojas Louis Vuitton, onde a imagem a transmitir é uma imagem mais próxima do barroco do ponto de vista estético, a atitude do arquitecto é diferente ao pretender expressar a paixão da marca através das cores vibrantes, a sofisticação do preto e branco Chanel dá lugar ao luxuoso dourado e a superfícies ilusórias espelhadas que reflectem a luz e a cor características da marca.

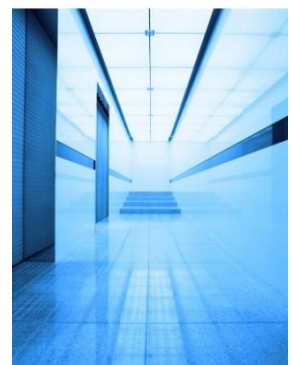


Figura 124 - Chanel *Tokyo*, Peter Marino, 2004. Fachada “tweed”.

Figura 125 - Chanel *Tokyo* durante o dia.

Figura 126 - Logótipo Chanel no projectado na fachada.

Figura 127 - Interior do edifício, pavimento “tweed”.

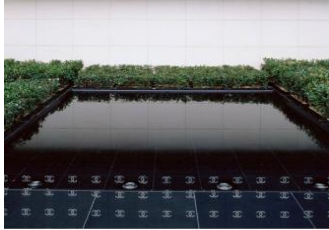


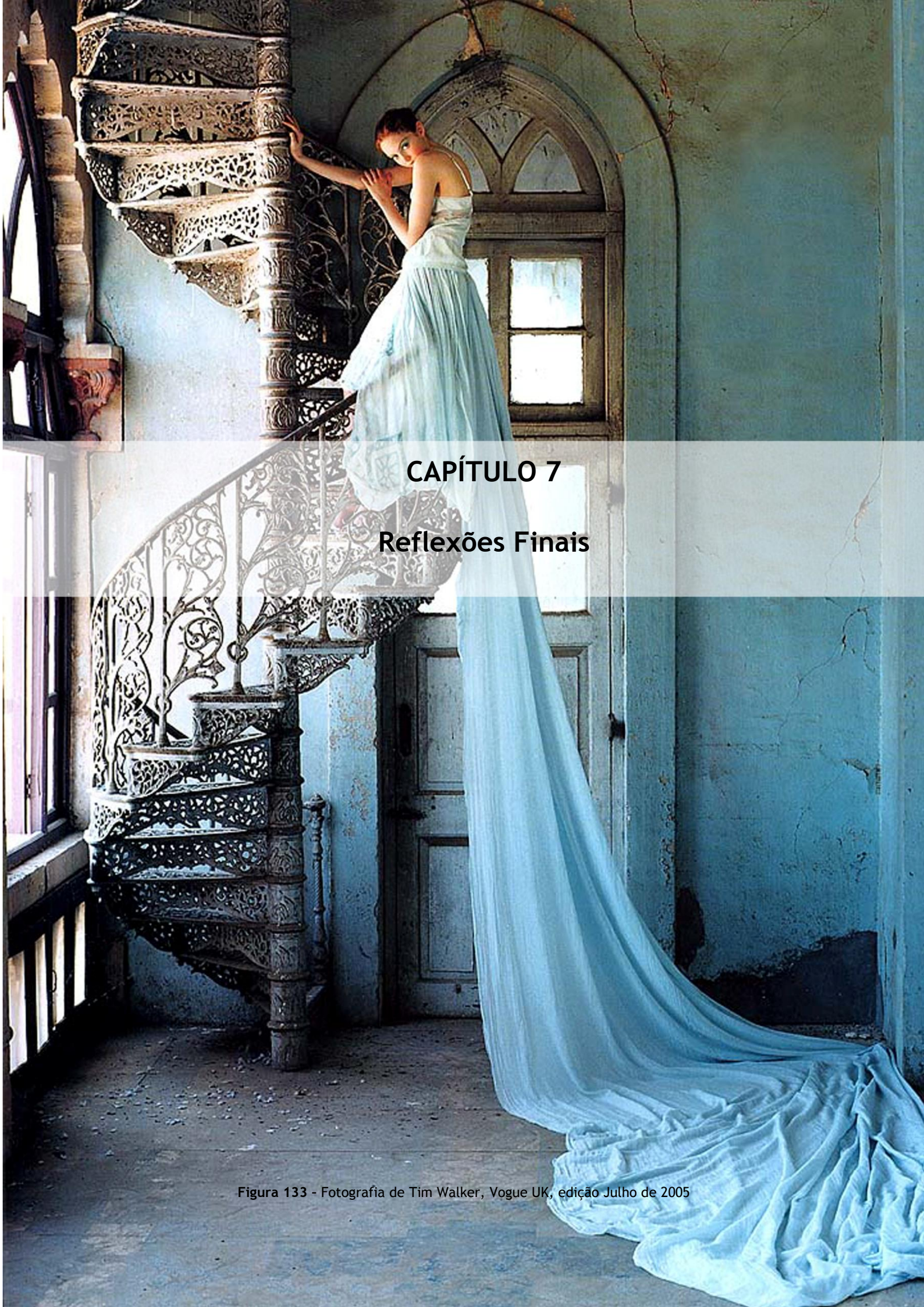
Figura 128 - Imagem de Kurt Cobain projectada pela fachada do edifício.

Figura 129 - Jardim do *Tweed*, na cobertura do edifício.

Figura 130 - Interior da loja.

Figura 131 - Estacionamento mecânico nos pisos subterrâneos do edifício.

Figura 132 - Chanel Central, Peter Marino, Hong Kong, 2005.



CAPÍTULO 7

Reflexões Finais

Figura 133 - Fotografia de Tim Walker, Vogue UK, edição Julho de 2005

A existência de uma relação de franca proximidade entre a moda e a arquitectura é o mote para a realização do trabalho exposto anteriormente, que em toda a sua extensão pretendeu fazer prova da referida relação. A história da arquitectura e da moda tem início na elementaridade do abrigo - o abrigo individual, o mais próximo e frágil e o abrigo colectivo, ao que cabe proteger uma família e portanto mas amplo e resistente. A evolução de ambos é feita em simultâneo, comungando das mesmas aspirações e contingências o que os constitui, de forma análoga, elementos identitários de sociedades e culturas diversas.

A semelhança entre vestuário e arquitectura é identificável ao longo de toda a história, em qualquer período, no entanto, o século XX apresenta-se como época ideal para o estudo, século onde o tempo começa a passar mais depressa e onde a vontade de mudar motivada pelas inovações tecnológicas possibilita uma renovação cultural constante. A fugacidade dos acontecimentos durante este século é especialmente saliente nas artes que são reflexo dos acontecimentos sociais, questionando-os, contrapondo-os e instigando constantemente à mudança.

O percurso contínuo do vestuário e da arquitectura levou a que no início do século XX o desfazamento entre a moda e a arquitectura fosse mais visível; a arquitectura vivia uma crise de identidade, por um lado fascinada pelos novos materiais e possibilidades construtivas trazidas pela Revolução Industrial e por outro horrorizada com a imagem visual do progresso tecnológico, ao passo que a moda se mostrava mais permeável ao progresso.

Esta crise colocou o arquitecto no papel de decorador, a quem cabia a função de tornar os edifícios agradáveis à vista, adequando-os ao gosto ornamentalista da época. Por outro lado a moda masculina surgia confortavelmente simples e limpa de decorações acessórias, o que chamou a atenção dos arquitectos para a possibilidade de uma arquitectura despida da máscara Neoclássica. Uma reforma semelhante foi então operada na arquitectura e no vestuário feminino; a tecnologia, as imposições da guerra e, na arquitectura, a utopia socialista, levaram à brancura e à pureza do vestuário e da arquitectura, características que no final da Segunda Guerra vigoravam.

O intelectualismo vende a imagem branca da modernidade, alegrada no vestuário por alguma cor e pontualmente na arquitectura por breves apontamentos de cores primárias. A máscara Neoclássica rejeitada pelos modernistas dá lugar à enigmática pintura branca, resultante do apregoado funcionalismo que ofusca e distrai da mudança no ciclo de gosto.

A imprudente crença da modernidade em considerar-se a “superação de todos os estilos” opõe-se à veemência com que igualmente defendeu o progresso, afinal que lugar teria o progresso num estilo subjugador?

A impetuosidade da segunda metade do século vem propor a superação do insuperável, o Pós-modernismo, que transforma a linearidade dos dogmas modernos numa entropia de carácter provocatório onde, nas palavras de Venturi, “*less is a bore*” são o paradigma máximo. A funcionalidade é agora secundarizada e o poder comunicativo dos objectos exaltado.

Enquanto a arquitectura satisfaz o gosto ornamental do público com estilizações de elementos clássicos, a moda multiplica-se numa diversidade de estilos que vão desde as propostas futuristas de Courrèges à anarquia *punk*. O imperativo, quer na moda quer na arquitectura, foi a imagem visual, a comunicação através da imagem é a característica unificadora do início da era global. O aparecimento do *prêt-à-porter* e a consequente democratização da moda destronam a hegemonia da *haute couture* elitista até então realizada de forma análoga à tradicional concepção de objecto de arte, objecto singular e irreproduzível. Convertendo-se a moda à industrialização surge o conceito de *griffe*, conceito de marca, que representa um valor acrescido para os objectos sem que isso signifique qualquer alteração a nível prático dos mesmos, a *griffe* inflacionará o seu valor simbólico, em substituição da alta-costura é o novo símbolo de *status* que através de etiquetas distinguira e catalogara a sociedade pós-moderna. Se o produto do Modernismo foi a abstracta utopia, o Pós-modernismo mercantiliza o hiper-real, uma ilusória e aprazível falsa realidade.

O acelerado ciclo de consumo instigado pela imagem na segunda metade do século gera interrogações acerca das consequências desse processo e da valorização extrema da imagem que assume proporções megalómanas atropelando a realidade em favor de uma virtualidade com curto prazo de validade.

O reflexo do pensamento desconstrucionista de Derrida dá-se, na moda e na arquitectura, pelo questionamento de valores tidos como verdades universais. Desconstrução tanto aplicada à moda quanto à arquitectura traduz-se na atitude de por em causa princípios absolutos como são, no caso da arquitectura, a beleza encontrada no equilíbrio, proporção, escala e utilidade, valores também aplicáveis à moda, à qual é ainda fundamental a noção de feminilidade, *glamour* e elegância. A inquietação provocada pela sensação de desequilíbrio, distorção e exagero de escala característicos da desconstrução, alertam para a relatividade e subjectividade das concepções humanas. A inquietação é conseguida pela exposição de desequilíbrio, desordem ou caos que mostram a sua existência com igual peso e legitimidade do equilíbrio e da ordem.

As conexões entre os objectos de arquitectura e a moda são tanto no período Moderno, quanto no Pós-moderno, ou na mais recente tendência para a desconstrução causada pelas imposições da época onde estão inseridas; são a impressão da sociedade que lhe dá origem, o

paralelismo surge naturalmente sem que haja necessidade de se sustentar em objectos que tenham procurado de forma intencional a intensificação da relação arquitectura/moda.

O discurso entre moda e arquitectura foi no entanto mais fluente a partir da década de 80, pelos novos discursos, vontade de experimentação, inovação tecnológica e também como fenómeno resultante do crescimento da sociedade de consumo.

A arquitectura promocional, estratégia de *marketing* das grandes marcas, é um caso de particular proximidade entre moda e arquitectura, aqui a relação entre moda e arquitectura foi forçada e meticulosamente desenvolvida no universo hiper-real da promoção da moda. A actividade do *shopping* espetacularizada num incentivo consciente das marcas ao consumismo, factor dominante da economia. A mensagem publicitária é actualmente omnipresente no espaço urbano, extremamente competitiva, desdobra-se em estratégias que coloquem as atenções sobre si. A arquitectura corporativa é não mais que isso, a tridimensionalização da imagem de uma marca que converte o objecto arquitectónico em objecto de moda; num objecto com clara finalidade mercantil, colocado no espaço público com a mais alta valorização social e económica.

O fenómeno do espectáculo comercial contextualiza-se no capitalismo tardio e coloca a moda e a arquitectura em pé de igualdade, o conceito de *griffe* é aplicável não só à moda como no caso particular dos edifícios icónicos também à arquitectura. A execução dos edifícios promocionais das mais conceituadas marcas fica a cargo dos também mais conceituados arquitectos, ou na lógica capitalista, as corporações de moda unem-se às de arquitectura, o que resulta numa valorização acrescida para a marca. Nesta relação os atributos reais dos objectos são secundarizados e superados pelos atributos simbólicos, pelo valor da etiqueta que carregam. No âmbito da identidade corporativa a arquitectura e o produto de moda são subordinados igualmente pela imagem da marca, fazem parte do espectáculo que se desenrola a fim do sucesso comercial.

Na definição de pontos de contacto entre a moda e a arquitectura fica claro a necessidade que leva à origem do vestuário, que coincide com a necessidade que origina a arquitectura. A relação que ambas estabelecem com o corpo, a proximidade das camadas de roupa e o afastamento dos edifícios justificam a diferenciação dos materiais empregues em cada uma das áreas. Razões de escala e resistência distinguem a arquitectura da moda e estabelecem um tempo de vida muito diferente para ambas. Contudo e apesar da fragilidade do vestuário as suas funções cessam antes que este se tenha deteriorado; no caso da arquitectura a passagem do tempo é mais benévola possibilitando-lhe um processo de envelhecimento mais digno, no qual reside a principal diferença em relação à moda.

A renovação é no entanto inerente à arquitectura também, normalmente justificada pelas inovações tecnológicas, ou por outros argumentos irrefutáveis, nunca pela ousadia do vestuário que muda pela simples vontade de o fazer.

A invenção do vestuário e da construção são inteiramente justificáveis pela necessidade de protecção do corpo humano, esta razão é no entanto insuficiente para justificar o aparecimento da moda. A vontade de mudar foi aceite pela indústria do vestuário e dissimulada na arquitectura. O conceito de moda, em sentido lato, é abstracto e de difícil entendimento, o que talvez justifique a relutância da firme arquitectura à ideia tão frívola e ténue da palavra moda. Para Gillo Dorfles “as leis da moda’, tal como as leis da arte, só podem ser essencialmente irracionais e escapar a toda a tentativa de canalizá-las dentro de esquemas tão cómodos e tão apreciados por cientistas, historiadores e economistas”¹⁰¹.

Na perspectiva de Georg Simmel “a moda nada mais é do que uma forma particular entre muitas formas de vida, graças à qual a tendência para a igualização social se une à tendência para a diferença e a diversidade individuais num agir unitário. Se indagássemos a história das modas, ... então ela seria a história das tentativas de adaptar, cada vez mais perfeitamente, a satisfação destas duas tendências contrárias ao estado da respectiva cultura individual e social.”¹⁰²

A vontade de transformação constante da moda comportou-se ansiosamente, por um lado, procurando a aceitação social; os indivíduos procuram integrar-se, estar em harmonia com o seu meio físico/social/cultural, e por outro lado, sobressair no seio social, ser mais, ser melhor do que..., conotando a moda com o desejo de poder. Todas estas motivações são transmitidas pela silenciosa linguagem não verbal - a imagem.

O que nos faz apreciar hoje a complexidade estrutural, e o que nos fez apreciar ontem o equilíbrio e a estabilidade? Mudança na sensibilidade artística ou nos ciclos de gosto não são uma perífrase à maculada palavra moda?

¹⁰¹ DORFLES, Gillo - Modas & Modos. Trad. António J. Pinto Ribeiro. 2ª ed. Lisboa : Edições 70, 1996, p. 19.

¹⁰² SIMMEL, Georg - Filosofia da Moda e Outros Escritos, Texto & Grafia, Lisboa, 2008, p. 24,25.

Loos utiliza a variação de largura das calças como alegoria para a passagem do tempo e consequente mudança de sensibilidade, diz-nos que é necessário usarmos calças justas para que possamos voltar a gostar de calças largas. Este exemplo trivial é esclarecedor acerca da relação aos ciclos de gosto, ou as modas que são intrínsecas à civilização. A conexão estabelecida entre a moda e a arquitectura é inteiramente compreendida pelo conceito de Johann Gottfried Herder - *Zeitgeist*, (espírito do tempo) vestuário e a arquitectura reflectem o seu tempo, as circunstâncias socioeconómicas, culturais e políticas sendo por isso inevitável que duas áreas com a mesma origem e coabitando ao longo do tempo não apresentem um conjunto vasto de semelhanças formais/estéticas e ideológicas.

Bibliografia

Bibliografia Específica

ALUSTIZA, Jimena - *Arquitectura y moda. Formas de Arte Público*, Belgrano, 2007. Tese de Mestrado em Arquitectura apresentada à Faculdade de Arquitectura e Urbanismo da Universidade de Belgrano;

BAHAMÓM, Alejandro; CAÑIZARES, Ana - *Moda. Arquitectura Corporativa*, Parramón Ediciones, Barcelona, 2007;

BINGHAM, NEIL - *Nuevos Espacios Para La Moda*, Ediciones Gamma, 2005;

FAUSCH, Deborah - *Architecture in Fashion*, Princeton Architectural Press, New York, 1994;

MARK, Lisa; HODGE, Brooke - *Skin and Bones, Parallel Practices in Fashion and Architecture*, Tames & Hudson LTD, 2006;

PAWLEY, Martin; CASTEL, Helen - *Fashion & Architecture*, Academy Press, 2001;

QUINN, Bradley - *Textiles in architecture*, Architectural Design. Vol. 76, nº 6, 2006;

QUINN, Bradley - *The Fashion of Architecture*, Berg, Oxford, 2003;

RAPOSO, Moyano Alfonso - *Analógica 2: El fenómeno Fashion en la Arquitectura*, Revista Electrónica DU&P, Diseño Urbano y Paisaje, Vol. 4, nº 11, 2007;

RENDELL, Jane - *Between architecture, fashion and identity*, Architectural Design, Vol. 70, nº6, 2000;

SIDLAUSKAS, Susan - *Intimate Architecture: Contemporary Clothing Design*, Hayden Gallery, MIT, 1982;

Skin + Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture - Exhibition guidebook, Somerest House, 2008;

STEINER, Dietmar - *Promotional Architecture*, Architectural Design, Vol. 70, nº6, 2000;

WIGLEY, Mark - *White Walls, Designer Dresses: The Fashioning of Modern Architecture*, The MIT Press, Cambridge, 2001.

Bibliografia Geral

AUGÉ, Marc - *Não-lugares: introdução a uma antropologia da sobremodernidade*, Trad. Lúcia Mucznik, Venda Nova: Bertrand Editora, 1994;

BACHELARD, Gaston - *A Poética Do Espaço*, Martins Fontes, 2008;

BARNARD, Malcolm - *Fashion as communication*, Routledge, 2002;

BARTHES, Roland - *Elementi di Semiologia*, Turim, 1992;

BREWARD, Chistopher - “Fashioning Masculinity: Men’s Footwear and Masculinity”, Editado por Ahari Benstock and Suzanne Ferriss, *Footnotes: On Shoes*, Rutgers University Press, 2001;

CALVINO, Italo - *Seis Propostas para o Próximo Milénio*, Lições Americanas, Editorial Teorema, 1990;

CARRIN, Lisa - *The Perfect Home: A Conversation with Do-Ho Suh in Do-Ho-Shu*, The Serpentine Gallery’s exhibition catalogue, 2002;

COOK, Peter - *Archigram*, Princeton Architectural Press, 1999;

CORRIGAN, Peter - *The Dressed Society: Clothing, The Body And Some Meanings Of The World*, Sage, Los Angeles, 2008;

CRUZ, Marcos - *Corpo Imprevisível / Unpredictable Flesh* (ed. Gonçalo Furtado), Mimesis, Portugal, 2004;

DAVIS, Fred - *Fashion, culture, and identity*, University of Chicago Press, 1994;

DELUZE, Gilles - *A Dobra: Leibniz e o Barroco*, Papyrus, 1991;

DODDS, George; TAVERNER, Robert - *Body and Building: Essays on the Changing Relation of Body and Architecture*, The MIT Press, 2005;

- DORFLES, Gillo - *Modas & Modos*, Trad. António J. Pinto Ribeiro, 2ª ed. Lisboa, Edições 70, 1996;
- ECHAVARRIA, Pilar - *Arquitectura Portátil - Envolventes Imprevisíveis*, Links Internacional, 2008;
- ECO, Umberto - *Psicologia do Vestir*, Assirio & Alvim, 1989;
- FLÜGEL, John Carl - *Psicologia dell'abbigliamento*, Angeli, Milano, 1982;
- FRAMPTON, Kenneth - *História Crítica da Arquitectura Moderna*, Martins Fontes, 1997;
- FRASER, Kennedy - *The Fashionable Mind*, Boston: Godine, 1985;
- GALIANO, Luis Fernandez - *El fuego y la Memoria*, Madrid, Alianza Editorial, 1991;
- GIEDION, Sigfried - *Espaço, Tempo e Arquitectura, O Desenvolvimento de uma Nova Tradição*, Martins Fontes, 2004;
- GOUVEIA, João Francisco Teixeira - *Arquitectura e Comunicação*, FAUP, 2006/2007, Prova Final para Licenciatura em Arquitectura;
- GROPIUS, Walter - *Eight Steps Toward a Solid Architecture*, Architectural Forum, February 1954;
- GROPIUS, Walter - *Scope of Total Architecture*, MacMillan Publishing Company, 1980;
- GROPIUS, Walter - *The Development of Modern Industrial Architecture*;
- HEARTNEY, Eleanor - *Pós-Modernismo*, Editorial Presença, Lisboa, 2002;
- HEYDEN, Hilde - *Architecture and Modernity: A Critique*, The MIT Press, 2000;
- JANSON, H. W. - *História da Arte*, F. C. Gulbenkian, 1998;
- KOOLHAAS, Rem - *S M L XL*, Monacelli Press, 1998;
- LAYER, James - *Breve Historia Del Traje Y La Moda*, Catedra, 2000;
- LE CORBUSIER - *A arte decorativa*, Martins Fontes, São Paulo, 1996;
- LE CORBUSIER - *Ouvre Complète 1910-29*, Zurich: Girsberger, 1929;

LEATHERBARROW, David; MOSTAFAVI, Mohsen - *Surface Architecture*, The MIT Press, 2005;

LEFEBVRE, Henri - *The Production of Space*, Wiley-Blackwell, 1992;

LEHMANN, Ulrich - *Tigersprung: Fashion in Modernity*, The MIT Press, 2000;

LESTER, Katherine; OERKE, Bess Viola - *Accessories of Dress: An Illustrated Encyclopedia*, Dover Publications, 2004;

LOOS, Adolf - *Dicho en el vacío 1877-1900*, Valência, 1984;

LOOS, Adolf - *Ornamento e Crime*, Livros Cotovia, 2006;

MCLUHAN, Marshall - *Understanding Media, The Extensions of Man*, MIT Press, Cambridge;

MENDES, Valerie - *Twentieth Century Fashion*, Thames & Hudson, 1999;

NORBERG-SCHULZ, Christian - *Existencia, espacio y arquitectura - nuevos caminos de la arquitectura*, Barcelona, Blume, 1975;

ORIOL, Anja Llorella - *Ultimate New York Design*, Teneues Publishing UK LTD, 2006;

PINTO, Ana Lúcia, MEIRELES, Fernanda, CAMBOTAS, Manuela Cernadas - *Cadernos de História da Arte 9*, Porto Editora;

PORTOGHESI, Paolo - *Depois da Arquitectura Moderna*, Edições 70, Lisboa;

RICHARDS, J M - *An Introduction to Modern Architecture*, Harmondsworth: Penguin Books, 1940;

SADLER, Simon - *Archigram: Architecture Without Architecture*, The MIT Press, 2005;

SIMMEL, Georg - *Filosofia da Moda e Outros Escritos*, Texto & Grafia, Lisboa, 2008;

SQUICCIARINO, Nicola - *Vestido Habla: Consideraciones Psico-Sociologicas Sobre La Indumentaria*, Catedra, 1998;

STOETZEL, Jean - *Psicologia Sociale*, Armando, Roma, 1964;

SULLIVAN, Louis - *Ornament in Architecture*, in Louis Sullivan: The Public Papers, Chicago: University of Chicago, 1988;

TÁVORA, Fernando - *Da Organização do Espaço*, FAUP Publicações, 2006;

VENTURI, Robert - *Complexidade e Contradição em Arquitetura*, Martins Fontes, 2004.

VOLLI, Ugo - *Contro la Moda*, Feltrinelli, 1990.

Sites Consultados

<http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/03.029/746>

<http://www.revistaau.com.br/arquitetura-urbanismo/181/imprime131095.asp>.

<http://www.lehmanmaupin.com/#/artists/do-ho-suh/>

<http://www.zaha-hadid.com/>

<http://www.shigerubanarchitects.com/>

<http://www.studio-orta.com/>

<http://www.lucymcrae.net/>

<http://www.coop-himmelblau.at/>

<http://www.eisenmanarchitects.com/>

http://oma.eu/index.php?option=com_content&view=article&id=3&Itemid=1

<http://daniel-libeskind.com/>

<http://www.tschumi.com/>

<http://www.yohjiyamamoto.co.jp/>

<http://www.comme-des-garcons.com/>

<http://www.maisonmartinmargiela.com/>

<http://www.pscohen.com/>

<http://www.designboom.com/eng/interview/sanaa.html>

<http://www.herzogdemeuron.com/index.html>

<http://www.isseymiyake.com/>

<http://www.husseinchalayan.com/#/home/>

<http://www.petermarinoarchitect.com/www/>

<http://www.style.com/>

<http://www.wgsn.com/>

Fontes das imagens

Figura 1 - <http://trendland.net/prada-ss10-fantasy-lookbook/>

Figura 2 - <http://sculptureresearch.wordpress.com/do-ho-suh/>

Figura 3 - <http://w.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/03.029/746>

Figura4 - <http://www.sourcememory.net/art2/espana/rockart.html>

Figura 5- WIGLEY, Mark - White Walls, Designer Dresses: The Fashioning of Modern Architecture, The MIT Press, Cambridge, 2001, p. 250.

Figura 6 - <http://makeup-things.blogspot.com/2011/05/marie-antoinette-by-sophia-coppola.html>

Figura 7 - <http://www.adrianaallen.com/blog/?p=514>

Figura 8 - <http://youngrabbit.tumblr.com/post/4406905173/witchesandslippersandhoods-viktor-and-rolf>

Figura 9 - imagem de colecção pessoal

Figura 10 - <http://meriwinkle.blogspot.com/2010/12/issey-miyake.html>

Figura 11 - <http://www.triangulationblog.com/2010/05/do-ho-suh.html>

Figura 12 - <http://flaunt.com/blogs/intern/shigeru-ban>

Figura 13 - <http://www.fashionwindows.net/2009/04/melissa-zaha-hadid-shoes/zaha-hadid-for-melissa-shoes/>

Figura 14 - <http://artmodepassion.blogspot.com/2011/01/mondrian-ama-moda-moda-ama-mondrian.html>

Figura 15 - <http://profblanchardclass.blogspot.com/2011/07/beginnings-of-modern-architecture.html>

Figura 16 - <http://www.galinsky.com/buildings/steiner/index.htm>

Figura 17 - <http://socorrnaotemnome.blogspot.com/2010/10/le-corbusier-e-suas-cores.html>

Figura 18 - <http://besttopdesign.com/architecture/frank-lloyd-wright-architect-without-limits/>

Figura 19 - <http://morangosverdesassados.blogspot.com/2010/03/belle-epoque-jacques-doucet-paul-poiret.html>

Figura 20 - http://mrhureausclass.com/ushistory/2010/05/1920s_web_quest.php

Figura 21 - <http://myvintageretro.tumblr.com/post/6983387128/40s-fashion>

Figura 22 - <http://sewindigo.blogspot.com/2011/06/grace-kelly-rear-window-gown.html>

Figura 23 - http://www.bc.edu/bc_org/avp/cas/fnart/symbolist/vandevelde.html

Figura 24 - <http://www.deltacollege.edu/emp/jbarrows/Gesamtkunstwerk.html>

Figura 25 - <http://www.deltacollege.edu/emp/jbarrows/Austria.html>

Figura 26 - WIGLEY, Mark - White Walls, Designer Dresses: The Fashioning of Modern Architecture, The MIT Press, Cambridge, 2001, p. 134.

Figura 27 - <http://dalje.com/en/foto.php?id=19&rbr=21249&idrf=871859>

Figura 28 - <http://www.narrowlarry.com/nlsull-car.html>

Figura 29 - http://dimbeautyofchicago.blogspot.com/2010_02_01_archive.html

Figura 30 - <http://www.ggsalas.com.ar/le-corbusier-fotos-de-nuestro-admirado-arquitecto/le-corbusier-c2bfdomino/>

Figura 31 - WIGLEY, Mark - White Walls, Designer Dresses: The Fashioning of Modern Architecture, The MIT Press, Cambridge, 2001, p.297.

Figura 32 - LE CORBUSIER - A arte decorativa, Martins Fontes, São Paulo, 1996, p,92,93.

Figura 33 - http://www.talariaenterprises.com/products_lg/4898.html

Figura 34 - <http://gadica.wordpress.com/2011/05/05/el-templo-de-artermisa/templo-de-hera-en-paestum01-440-ad/>

Figura 35 - <http://umolharsobreomundodasartes.blogspot.com/2010/10/o-templo-de-atena-nike.html>

Figura 36 - http://www.kalipedia.com/fotos/portico-cariatides-erecteion-templo.html?x=20070718klpprcryc_139.les

Figura 37 - LE CORBUSIER - A arte decorativa, Martins Fontes, São Paulo, 1996, p.162.

Figura 38 - WIGLEY, Mark - White Walls, Designer Dresses: The Fashioning of Modern Architecture, The MIT Press, Cambridge, 2001, p.69.

Figura 39 - <http://viaconanso.blogspot.com/2009/04/coco-avant-chanel.html>

Figura 40 - WIGLEY, Mark - White Walls, Designer Dresses: The Fashioning of Modern Architecture, The MIT Press, Cambridge, 2001, p.317.

Figura 41 - EDWARDS, Blake - Breakfast at Tiffany's, (filme), 1961, min. 93.

Figura 42 - <http://thefoxisblack.com/2011/04/20/nils-ole-lund/>

Figura 43 - <http://casadavannaventuri.blogspot.com/2010/04/vanna-venturi-projeto-de-robert-venturi.html>

Figura 44 - <http://michaeljamescasey.com/blog/?p=528>

Figura 45 - <http://www.jbdesign.it/idesignpro/Charles%20Moore.html>

Figura 46 - http://lpaec.blogspot.com/2010_04_01_archive.html

Figura 47 - <http://roundhouses.wordpress.com/tag/mario-botta/>

Figura 48 - http://en.wikipedia.org/wiki/File:Sony_Building_by_David_Shankbone_crop.jpg

Figura 49 - <http://www.whydidiyouwearthat.com/tag/twiggy/>

Figura 50 - <http://fashionmanifesto.blogspot.com/2011/01/handbags-1960s-history-of-fashion.html>

Figura 51 - <http://www.refinery29.com/cut-10-classic-fashion-flicks>

Figura 52 - <http://retrophilia.tumblr.com/post/414604104/the-who-in-their-mod-era>

Figura 53 - <http://everyguyed.com/lookbook/wild-dress-part/>

Figura 54 - <http://shamirraplays.tumblr.com/post/8807345614/iloveretro-david-bowie-glam-rocks-finest>

Figura 55 - <http://babylonsistersshakeit.blogspot.com/2011/04/jimi-hendrix-style.html>

Figura 56 - <http://zuccheronero.forumcommunity.net/?t=14060908&st=30>

Figura 57 -

http://www.aeiou.at/aeiou.photo.index/w/wien/wien__kassensaal_der_postsparkasse_vo.htm;internal&action=_setlanguage.action?LANGUAGE=en

Figura 58 - <http://www.jbdesign.it/idesignpro/pop%20-%20kitsch.html>

Figura 59, 60, 61 - <http://www.essential-architecture.com/STYLE/STY-072.htm>

Figura - 62, 63, 64, 65 - http://www.studio-orta.com/artwork_list.php?fk=&fs=1&fm=0&fd=0&of=3

Figura 66 - <http://www.lucymcrae.net/>

Figura 67 - <http://sites.google.com/site/allenhadid/Home/major-works/the-peak>

Figura 68 - <http://weburbanist.com/2008/02/03/the-house-that-shaped-an-architectural-generation-frank-gehry-first-deconstructivist-building/?ref=search>

Figura 69 - <http://mairaonofri.wordpress.com/page/3/>

Figura 70 - <http://margotjack.webs.com/deconstruction.htm>

Figura 71 -

<http://www.christies.com/LotFinder/LotDetailsPrintable.aspx?intObjectID=5110681>

Figura 72 - http://predmet.fa.uni-lj.si/siwinds/s2/u4/su3/S2_U4_SU3_P7_11.htm

Figura 73 - <http://www.tschumi.com/projects/3/>

Figura 74 - <http://ahoradorocknroll.blogspot.com/2010/09/dicas-de-filmes-sid-nancy.html>

Figura 75-

http://www.vam.ac.uk/vastatic/microsites/1231_vivienne_westwood/changing_styles_3.html
l

Figura 76 - <http://uhapsbeauty.com/2011/03/21/omg-pointy-boob-%E2%98%89%E2%98%89madonna-heels/>

Figura 77- <http://eccentriciqi.onsugar.com/tag/cheryl-cole>

Figura 78 - <http://micaelleabreu.blogspot.com/2011/04/paris-inverno-2012-yohji-yamamoto.html#!/2011/04/paris-inverno-2012-yohji-yamamoto.html>

Figura 79 - <http://chic.ig.com.br/moda/noticia/paris-inverno-2012-comme-des-garcons-yohji-yamamoto-e-junya-watanabe>

Figura 80 - <http://thevamoose.tumblr.com/post/4719097570>

Figura 81 - <http://creativetime.org/programs/89/info>

Figura 82 -

http://www.shigerubanarchitects.com/SBA_WORKS/SBA_PAPER/SBA_PAPER_9/SBA_paper_9.html

Figura 83 - <http://calitreview.com/9132>

Figura 84 - http://www.moca.org/audio/index_2.html

Figura 85 - <http://www.onelargeprawn.co.za/2009/02/12/tods-omotesando-building/>

<http://fashionfoodculture-life.blogspot.com/2007/01/another-cool-exhibition.html>

Figura 86 - <http://drumofglass.blogspot.com/2011/04/junya-watanabe.html>

Figura 87 - <http://www.vanityfair.com/culture/features/2010/08/frank-gehry-slide-show-201008>

Figura 89 - <http://www.ecouterre.com/7-designer-looks-made-from-recycled-denim-jeans/maison-martin-margiela-recycled-denim/>

Figura 89 - <http://cubeme.com/blog/2007/07/02/east-beach-cafe-by-heatherwick-studio/>

Figura 90 - <http://makingtheunfinished.wordpress.com/2011/04/04/comme-des-garcons-bump-collection-springsummer-1997/>

Figura 91 - <http://architetaoverde.blogspot.com/2011/07/um-projeto-impactante.html>

Figura 93 - <http://minhavidadava1filme.blogspot.com/search/label/Museus?max-results=20>

Figura 93 -

http://www.domes.firma.cc/en/archive/issue_archive_project.php?objectid=1332

Figura 94 - http://www.creativeclass.com/creative_class/2008/08/07/beijings-birds-nest/

Figura 95 - <http://sweet-station.com/blog/2011/04/maison-martin-margiela/>

Figura 96 - http://www.pscohen.com/tel_aviv_museum_of_art.html

Figura 97 - <http://stefaniestoelen.blogspot.com/2011/07/egypt-pavilion-shanghai-world-expo-zaha.html>

Figura 98 - http://oma.eu/index.php?option=com_projects&view=portal&Itemid=10&id=91

Figura 99 - <http://www.brookandlyn.com/blog/?p=3372>

Figura 100 - <http://ffw.com.br/noticias/respeitado-por-sua-criatividade-chalayan-quer-e-vender/>

Figura 101 -

http://en.wikipedia.org/wiki/File:Graz_Kunsthhaus_vom_Schlossberg_20061126.jpg

Figura 102 - <http://molz.wordpress.com/2008/12/06/618/>

Figura 103 - <http://www.domusweb.it/en/architecture/for-jan-kaplicky/>

Figura 104 - <http://www.ims512.com/gallery.swf>

Figura 105 - <http://www.valska.com/wp/2007/04/26/new-york-sights/>

Figura 106 - http://oma.eu/index.php?option=com_projects&view=portal&Itemid=10&id=147

Figura 107 - <http://www.myhotelsinnewyork.com/shopping/prada-newyork/attachment/prada-newyork/>

Figura 108 - http://oma.eu/index.php?option=com_projects&view=portal&Itemid=10&id=147

Figura 109 - http://oma.eu/index.php?option=com_projects&view=portal&Itemid=10&id=147

Figura 110 - http://oma.eu/index.php?option=com_projects&view=portal&Itemid=10&id=147

Figura 111 - http://casaeimoveis.uol.com.br/album/rem_koolhass_projetos_album.jhtm

Figura 112 - <http://nynotions.blogspot.com/2007/10/fashion-crime.html>

Figura 113 - <http://www.luxuo.com/fashion/prada-gets-iconoclast-makeover.html>

Figura 114 - http://figure-ground.com/prada_tokyo/0019/

Figura 115 - http://figure-ground.com/prada_tokyo/0014/

Figura 116 - <http://architettura.it/files/20031023/46.htm>

Figura 117 - <http://architettura.it/files/20031023/48.htm>

Figura 118 - <http://artetropia.blogspot.com/2010/05/herzog-de-meuron-arquitetura-seculo-xxi.html>

Figura 119 - <http://www.galinsky.com/buildings/pradatokyo/index.htm>

Figura 120 - http://figure-ground.com/prada_tokyo/0012/

Figura 121 - http://figure-ground.com/prada_tokyo/0011/

Figura 122 - http://figure-ground.com/prada_tokyo/0006/

Figura 123 - http://figure-ground.com/prada_tokyo/0009/

Figura 124 - <http://www.petermarinoarchitect.com/www/#/search/chanel/55>

Figura 125 - <http://www.petermarinoarchitect.com/www/#/search/chanel/55>

Figura 126 - <http://ib-stephan.com/Referenzen.html#nogo>

Figura 127 - <http://www.petermarinoarchitect.com/www/#/search/chanel/55>

Figura 128 - <http://www.deankaufman.com/worka/>

Figura 129 - <http://www.petermarinoarchitect.com/www/#/search/chanel/55>

Figura 130 - <http://www.petermarinoarchitect.com/www/#/search/chanel/55>

Figura 131 - <http://www.petermarinoarchitect.com/www/#/search/chanel/55>

Figura 132 - <http://images.businessweek.com/ss/06/06/marino/source/4.htm>

Figura 133 - <http://eutamanhofamilia.blogspot.com/2011/04/tim-walker.html>

