

## Moda e Arquitetura – conexões possíveis

Cláudia de Castro Correia, Rita Cláudia Aguiar Barbosa, Maria Dolores de Brito Mota y Walkyria Guedes de Souza

### 1 Introdução

O vestuário, de acordo com Lipovetsky (2008), foi a principal “referência” do fenômeno moda nos séculos XIX e XX e acredita-se continuará como seu vínculo principal também no século XXI. No entanto, a moda, não está restrita ao vestuário, continuando intimamente ligada à aparência, a sua lógica se estende para diversas áreas da sociedade atual como indústria automobilística, têxtil, decoração e inclusive para a arquitetura. Moda e arquitetura se aproximam não apenas porque se baseiam em formas, ou pela lógica de uma busca permanente de novidade, mas por se referenciar em princípios e significados de um processo de construção que, embora diverso, se assenta no mesmo contexto histórico.

De acordo com Baudot (2002) o estilista espanhol Cristobal Balenciaga (1895-1972) é considerado o “arquiteto da moda”. A autora afirma que Balenciaga era um mestre do corte, um intenso pesquisador da “[...] harmonia perfeita entre silhueta, proporções e postura [...] a arte de Balenciaga se aproxima muito da arquitetura” (Baudot, 2002, p. 154; 158).

Balenciaga soube fazer do cientificismo da arquitetura uma fonte de inspiração para propor roupas em sintonia perfeita com as proporções do corpo feminino. O estilista foi capaz, portanto, de antever na relação moda e arquitetura sua devida importância e influência.

Porém a influência direta da arquitetura em outras áreas como a moda, somente poderá ser mais bem percebida a partir do Modernismo, com o movimento francês “Art Nouveau”. De modo que, o presente estudo dará ênfase às Arquiteturas Moderna e Contemporânea, onde são mais perceptíveis as influências entre moda e arquitetura, embora essa correspondência sempre tenha existido, porque o vestuário de uma época por vezes refletia a arquitetura e vice-versa. O desafio está em buscar conexões entre a moda, que nasceu puramente associada ao vestuário, e foi ao longo dos séculos difundindo-se entre as demais áreas.

Interessa saber, portanto, como moda e arquitetura se interligam. É possível mesmo encontrar semelhanças entre uma obra arquitetônica e uma silhueta feminina? O que tem a ver moda com desenho arquitetônico e cálculos estruturais? Por conseguinte, o objetivo geral do tema a ser discutido é as correlações possíveis entre moda e arquitetura mediadas pelo corpo feminino.

Nesse sentido busca-se inicialmente compreender o universo da relação entre as áreas moda e arquitetura. Pretende-se também investigar as possíveis semelhanças entre obras arquitetônicas e silhueta feminina. Outra intenção do artigo é averiguar se o processo de construção do corpo e do vestuário femininos pela moda possui analogias com o processo de concepção de projetos pela arquitetura.

Com relação à metodologia o procedimento deste estudo se caracteriza como uma pesquisa bibliográfica e documental, explorando essencialmente livros e artigos científicos, além de periódicos como jornais e revistas, enciclopédias, páginas de sites da Internet, entre outros.

No momento em que estilistas exploram o universo arquitetônico em suas criações e arquitetos inspiram-se na moda para conceber novos conceitos em projetos de arquitetura, o estudo da associação moda e arquitetura possui uma relevância que merece ser investigada.

## 2. A moda em formas e artes

Diferentemente do que ocorria há algum tempo, a moda no mundo de hoje tem sido alvo de vários estudos acadêmicos. O interesse pelo fenômeno moda não está mais ligado exclusivamente ao seu “caráter frívolo”.

Entre as definições contemporâneas de moda pode-se destacar a formulada por Palomino (2002, p. 14), para quem a moda é “um sistema que acompanha o vestuário e o tempo, que integra o simples uso das roupas no dia-a-dia a um contexto maior, político, social, sociológico”.

No entanto, a moda somente instaurou-se de fato a partir da metade do século XVI, quando a necessidade de se diferenciar dos demais por meio da aparência ampliou-se, tornando quase que “natural” a ânsia pela novidade. Antes do advento da moda Caldas (1999) afirma que existiam na realidade “Modos de vestir”. Essas maneiras de vestir distinguiam os diferentes povos e suas vestimentas. Eventualmente algumas mudanças podiam ser observadas, porém não era de forma alguma semelhante ao que designa o “sistema moda” atual.

Souza (2001, p.20) ressalta que no período Renascentista, o desenvolvimento da área urbana e a maior proximidade das pessoas provocam “efetivamente a excitabilidade nervosa, estimulando o desejo de competir e o hábito de imitar”. A moda começa então a se difundir por todas as classes sociais e tornou-se um fenômeno característico da urbanidade moderna. É importante destacar que houve uma universalização do conceito de “moda”, existindo na contemporaneidade tendências para todas as áreas profissionais. Essa versatilidade e mutabilidade da moda podem opô-la à arte no sentido de que *a moda passa e a arte fica*. A arte por um longo período de tempo apoiava-se numa concepção relacionada ao sublime, sem explicações terrenas, estava além dos indivíduos comuns.

Até o século XVIII, artista e obra eram dotados de uma extraordinária magia ao que o autor Walter Benjamin (1936 apud BOCCALATO 1994) denominou “aura”. Somente aqueles que já nasciam com o dom e a genialidade da arte eram capazes de produzi-la. O Iluminismo trouxe a razão como fundamento do pensamento, o que gerou transformações significativas na arte e na sua relação com os homens e com o mundo. As idéias iluministas levaram o artista a libertar-se do tradicionalismo na arte e a refletir sobre a nova concepção de mundo que surgia com a industrialização e a ciência.

A invenção de novas formas industriais de reprodução gerou uma grande discussão acerca do que era ou não arte. O advento da fotografia em 1853, certamente, foi ainda mais polêmico. Para Benjamin (1936 apud Bocalato, 1994a), a invenção da fotografia trouxe para a arte duas questões principais.

A primeira trata do fato de que a fotografia permite um retrato fiel do mundo e das pessoas sem a necessidade de se passar horas pintando uma mesma paisagem, por exemplo. Isto conferiu aos pintores uma maior liberdade para decidir sobre o que pintar. Ou seja, os pintores passaram a “inventar” o assunto de determinada tela sem se preocupar em reproduzir fielmente o que observavam.

O segundo tema sobre o qual versa Benjamin é, na concepção de Bocalato (1994a), o que mais interessa a moda-arte. Consiste no fato de que a fotografia tem na reprodutibilidade a sua essência constituindo uma nova forma de se “exercitar” a arte. A concepção de arte dada apenas a objetos únicos, perdeu toda a lógica com a invenção da fotografia que pode ser aprendida até se atingir a condição de especialista. A inspiração divina, genial, transcendental, converte-se em “transpiração”, em prática incessante.

A “reprodutibilidade” divide a denominação de arte com a “aura”. A divisão entre arte aurática e arte reprodutível foi crucial para que a moda-arte fosse pensada como tal. A reprodutibilidade permitiu o existir de vários tipos de artistas: “Artistas que escrevem roteiros de novelas, desenham modelos de automóveis ou coleções de moda prêt-à-porter” (Bocalato, 1994a, p. 5).

Marques (2003) considera que a ligação entre moda e arte surgiu no século XX em um momento de reformulação de idéias que separavam as duas áreas. Para a autora, o fator social é o que aproxima mais evidentemente moda e arte:

O caráter seletivo da moda, assim como a arte, tende a gerar transformações que, atingindo as classes sociais, resultam na busca pelos símbolos de distinção, de respeitabilidade social e de competição. Disto resultam as características mais visíveis da moda – a mutabilidade, o efêmero e a fantasia estética. É nesta visão que a moda aparece como arte, apresentando tendência ao decorativo e ao excesso de ornamentação, buscando inspiração na pintura, na escultura e na arquitetura (Marques, 2003, p. 13-14).

Moura (1994) acredita que o estudo da relação entre moda e arte abrange quatro temáticas principais: objeto de arte x objeto de moda; a moda na arte; a arte na moda e; a moda-arte. Desse modo, o objeto de moda pode certamente ser considerado um objeto de arte, pois moda e arte se utilizam dos mesmos elementos visuais para realizar suas criações: “formas, linhas, cores, volumes e texturas” (MOURA, 1994, p. 4).

A moda na arte diz respeito ao fato de que a arte sempre expôs as vestimentas de um dado período histórico através dos métodos tradicionais de representação: pinturas, afrescos, gravuras e esculturas. É facilmente observável a referência a obras de arte em inúmeros objetos de moda, principalmente nas coleções de grandes criadores como Yves Saint-Laurent, Christian Dior e Jean Paul Gautier, por exemplo. Isto comprova o fato de que a moda busca na arte inspiração para suas criações. E de forma mais notável na estamparia de tecidos que recriam imagens retiradas de obras de grandes artistas como Mondrian, Kandinsky, ou então, traduzem a essência de movimentos artísticos como foi o caso do Neoplasticismo e da Op-Art.

O italiano Emilio Pucci (1914-1992), estilista conhecido por suas estampas coloridas e psicodélicas que fizeram muito sucesso nas décadas de 50 e 60 do século XX, pautava a criação de todas as suas peças com estampas próprias consideradas verdadeiras obras peculiares. As miscelâneas dos desenhos de Pucci estão sempre sendo revisitadas pelos novos criadores do século XXI.

A moda como arte propriamente dita, teve início, de acordo com Moura (1994), na Grã-Bretanha. O surgimento do “Glasgow” nos anos de 1880 a 1920 foi a raiz de um desenvolvimento da moda no campo da arte. A cidade de Glasgow nos finais do século XIX conheceu um grande período de crescimento industrial, econômico e cultural, e por isso ficou ligada a um grupo/associação de arquitetos, pintores e decoradores ligados ao Art Nouveau francês.

Grande expoente do movimento surrealista, Salvador Dalí também produziu moda-arte por meio de uma série de vestidos “surreais” concebidos em 1929. Inclusive o Museu de Arte de São Paulo possui um desses trajes de Dalí anexado em 1950 ao acervo por intermédio de Pietro M. Bardi.

Moura (1994) diz que a rapidez com que as sociedades capitalistas evoluíram juntamente com o desenvolvimento da indústria têxtil e o aumento da visibilidade dos movimentos feministas contribuíram para o surgimento da “Wearable-Arte” (Arte Usável, Vestível) em 1960, nos Estados Unidos. A arte-usável foi traduzida no Brasil por Pietro M. Bardi como “Rouparte”.

O conceito da Wearable-Arte apóia-se na “criação de uma peça de roupa como obra de arte” onde o corpo atua como “suporte” do objeto artístico. O corpo é ao mesmo tempo referência e sustentáculo da moda-arte. Assim, ao vestuário determina-se a dualidade estética: uso e contemplação, onde cada peça produzida tem seu valor particular.

Dessa maneira, na moda a arte aurática, que concentra o valor estético a um objeto único, encontra na alta-costura sua correspondência, enquanto ao prêt-à-porter cabe respectivamente a associação com a arte da reprodutibilidade.

Baudot (2002) apresenta uma definição para as duas áreas distintas da moda. Segundo a autora foi em Paris que foi feita a divisão da “indústria de criação” no início do século XX. Estabeleceram-se “duas categorias profissionais antagônicas e cuidadosamente particularizadas. De um lado, o mundo da alta-costura, clube fechado, que agrupa a criação sob medida. De outro lado, a confecção, que se dedica às produções em série”, afirma esse autor. (p. 11).

Os anos 60 do século XX marcaram a instituição do estilismo na moda, ou seja, “o design aplicado ao vestuário”, veio incorporar à “indústria do vestuário de massa”, aquilo que o design industrial acrescentou aos objetos. A figura do estilista, do criador da moda produzida em larga escala ou do prêt-à-porter, vai rivalizar com o criador da alta-costura o status de “artista da moda” (BAUDOT, 2002, p. 5).

O prêt-à-porter, no entanto, segundo Lipovetsky (1994), vai gerar uma nova série de griffes, que embora não possam estar à altura de nomes como Dior ou Chanel, vão conhecer prestígio semelhante no momento em que aparece também o prêt-à-porter de luxo. Gucci, Dolce & Gabbana, Prada, Louis Vuitton, por exemplo, designam marcas de grande status e poder perante a moda mundial.

De acordo com Varella (2005) os conglomerados ditos “donos do mundo” envolvem marcas de roupas, acessórios e outros produtos de luxo num único grupo e movimentam bilhões de dólares por ano no mercado mundial. São eles: o LVMH (Moët Hennessy – Louis Vuitton) o mais rico em termos de lucro e o maior em número de marcas cuja central é a Louis Vuitton, mas que abrange outros nomes famosos como Dior, Givenchy e Emilio Pucci; o PPR (Pinault – Printemps Redoute) que detém entre outras marcas: Gucci, Balenciaga e Yves Saint Laurent e; o Richemont que agrupa griffes como Cartier e Mont Blanc.

O prêt-à-porter de luxo se firmou então a partir da concepção de produtos que, mesmo feitos em série, possuem ótima qualidade; podem ser comprados por pessoas de poder aquisitivo elevado, mas não necessariamente milionárias; e além do alto preço, mantenham um caráter de raridade e certa “aura de exclusividade”.

### 3 Formas e artes da arquitetura

A arquitetura, sendo entendida como uma arte ou técnica, requer uma constante reflexão para que se formule um significado que esteja de acordo com o contexto atual. Nesse sentido, o famoso arquiteto e urbanista Lúcio Costa, considerava que o princípio básico da arquitetura é a construção, não o simples construir desordenado, mas o construir de forma a “ordenar e organizar o espaço para determinada finalidade e visando a determinada intenção” (1995, p.246).

Para Rossi, a arquitetura (1995) está diretamente ligada à coletividade. Em seu livro “A Arquitetura da Cidade” a cidade é vista como uma “arquitetura” e esta por sua vez, entendida como “construção”. Rossi, assim como Costa (1995), acredita que a arquitetura envolve o construir com alguma intenção, objetivando certa finalidade, para tornar um determinado ambiente mais agradável. Essa construção deve atender às necessidades do indivíduo ao qual se destina, sejam elas físicas, estéticas, psicológicas, sociais, entre outras.

Desse modo, a arquitetura pode ser compreendida como um ambiente concreto onde ocorrem as relações humanas. Ou seja, a importância da arquitetura deve-se a essa capacidade intrínseca de projetar os ambientes que juntos formarão a cidade onde “O elemento coletivo e o elemento privado, sociedade e indivíduo, contrapõem-se e confundem-se” (ROSSI, 1995, p. 3).

Com relação à arquitetura moderna os CIAM’S – Congressos Internacionais de Arquitetura Moderna - elaboraram uma série de princípios que orientaram as construções modernistas. Estes termos foram reunidos na Carta de Atenas de 1933.

Kanashiro (2004) afirma que em 1998, após sessenta e cinco anos do congresso de 1933, foi criada uma Nova Carta de Atenas, a qual traz preceitos para a

construção da cidade do século XXI, centrada essencialmente no bem estar do cidadão.

Apesar de ter sido formulada na Europa a Nova Carta de Atenas serve como parâmetro para a arquitetura contemporânea por enfatizar a preocupação com o meio ambiente e sua conservação para as gerações futuras, cabendo ao arquiteto o papel mediador entre o cidadão e a cidade do futuro.

Sobre esse aspecto, Ferraz (2004) defende que há dois expoentes principais da arquitetura contemporânea: Robert Venturi e Aldo Rossi. As teorias desses arquitetos sobre o futuro das cidades mundiais tiveram origem na década de 1960 e ao longo dos anos foram sendo aperfeiçoadas suas propostas e ressaltadas suas diferenças.

Robert Venturi acredita que a cidade funcionará como suporte incessante da informação. A circulação é favorecida no modelo de Venturi, no qual a cidade é constituída de imagens em movimento acelerado e as pessoas transitam em carros equipados com telas e computadores de bordo de onde podem acessar as informações a todo o instante. Este modelo de Venturi foi fundamentado a partir da observação da cidade de Las Vegas nos Estados Unidos.

Aldo Rossi, no entanto, decreta a “morte” de grande parte das cidades do mundo num futuro próximo. O arquiteto acredita que as cidades com o modernismo foram perdendo a “vida” que caracterizava cada uma delas como única e excepcional. Na tentativa de reverter esse processo, o arquiteto defende a construção de prédios peculiares que incitem a “surpresa” e tragam identidade para as cidades.

De acordo com Ferraz (2004) a tendência pós-moderna converge mais para as idéias de Robert Venturi. Na concepção de Ferraz, essa tendência vem sendo confirmada nos grandes centros, onde a cidade mais parece uma “colagem” de referências culturais isoladas. O retrato das metrópoles atuais tem como figura principal um centro, ou local onde são desenvolvidas a maioria das atividades comerciais e culturais. As demais áreas urbanizadas da cidade servem apenas para “esconder” os conflitos da grande “massa”, ou seja, o ambiente onde a população menos favorecida economicamente vive.

#### 4 Conexões possíveis entre Moda e Arquitetura

A arquitetura, em sua origem, tem atrelada a si o status de arte. Em contrapartida reconhecer a moda como arte ainda é algo merecedor de discussões. A moda somente pode ser pensada como arte propriamente dita, quando as artes de uma maneira geral foram divididas entre arte aurática e arte reprodutível. A ruptura deu-se, conforme visto anteriormente, a partir do surgimento dos meios mecanizados de reprodução. É possível afirmar que é na *diferença entre arte aurática e arte reprodutível* que podem ser encontradas coincidências entre a arte - moda e a arte - arquitetura.

A arte aurática como foi dita é a arte extravagante em sua essência singular, única, primorosa. Por conseguinte, a arte aurática na moda corresponde ao vestuário luxuoso da alta-costura, enquanto na arquitetura responde pelas obras diversificadas que se sobressaem em meio aos prédios residenciais, geralmente compostos de linhas verticais.

A reprodutibilidade na moda é representada pelas coleções de prêt-à-porter e na arquitetura pelos edifícios residenciais e comerciais que ao primar pelo maior número possível de ocupantes, tendem a apresentar modificações simples, diferentemente da concepção de um museu ou de um centro cultural. Desse modo, tanto a arquitetura, quanto a moda podem apresentar o caráter “aurático” quanto o “reprodutível”.

Adolfo (2003) acredita que a “fusão” entre moda e arquitetura teria iniciado em 1960 e estaria ligada não só à apropriação dos tecidos de decoração nas criações de

moda ou o contrário, mas também ao “surgimento de um novo comportamento e, em alguns casos de novos conceitos em design”.

Assim era possível nos anos 1970 ver as estampas do estilista Emilio Pucci no mobiliário e em outros artigos de decoração da época. Mais tarde esses objetos serão trazidos de volta no final dos anos 1990, como referência daquela década na decoração, na música, nas artes plásticas, na concepção de objetos, chegando até mesmo a servir de parâmetro de comportamento para as pessoas naquele momento.

No começo da década de 1990, surgiu uma tendência comum tanto para “vestir” quanto para “morar”: o Minimalismo, que evocava a simplicidade dos traços e a sobriedade das cores. Para Adolfo (2003) o Minimalismo foi possivelmente “a primeira manifestação contemporânea de um novo conceito surgido a partir da união da arquitetura e da moda”, relacionados a linhas de *formas e silhuetas*.

É interessante citar dois exemplos dados por Adolfo (2003), que comprovam a associação entre moda e arquitetura na contemporaneidade. Trata-se de peças que foram concebidas para servir às duas áreas em concomitância. A primeira delas é o “casaco lounge chair” de uma coleção de Moreno Ferrari, confeccionada em PVC, que depois de inflada transforma-se em uma confortável poltrona. O outro diz respeito a peças da coleção Primavera/2000 de Hussein Chalayan para a semana de moda de Londres, onde mesas de madeira adaptavam-se ao corpo. As peças eram de madeira, mas se moldavam ao corpo das modelos como saia.

Os desfiles de moda sempre foram muito aguardados, no entanto, hoje as roupas deixaram de ser a única atração da passarela para competir com a música de fundo e principalmente com o cenário. A maioria dos grandes desfiles tem sua estrutura devidamente planejada por cenógrafos e arquitetos. O chamado “conceito da coleção” deve estar explícito em todo o ambiente da passarela para que tanto o público quanto a mídia, cada vez mais especializada, compreendam as idéias dos estilistas. Toda essa preocupação confere aos desfiles o caráter de “show” ou “fashion show”, como atualmente são chamados.

As mudanças não atingem somente os desfiles, a uma nova proposta também para as lojas, onde o design diferenciado está cada vez mais presente. A união entre moda e arquitetura fez surgir, para Adolfo (2003), o chamado “arquiteto pop star”, elevando a condição de “estrela” também o arquiteto que projetou a loja, que estruturou o desfile. O arquiteto como o estilista passa a fazer parte do “show”, inserido a partir da visibilidade proporcionada pelo mundo da moda, um meio onde se está em constante exposição. A “arquitetura como emoção” é um exemplo de definição que depende intimamente do observador. Nela, de acordo com Silva (1994, p. 26), “a qualidade arquitetônica não é um dado objetivo, mas algo que se manifesta no espírito dos contempladores”. O famoso arquiteto Le Corbusier mostra-se como um dos incentivadores desse pensamento ao declarar que: “A arquitetura é um fato de arte, um fenômeno de emoção, fora das questões das construções belas. A construção é para sustentar a arquitetura é para emocionar” (Le Corbusier, 1958, p. 9 apud Silva, 1994, p. 26).

Para Silva (1994) um “critério de excelência arquitetônica” não pode ser utilizado para fazer definições rigorosas porque o estabelecimento de “critérios” desse tipo vai ser sempre de caráter parcial. No entanto, a distinção entre arquitetura e construção é relevante, pois a moda também utiliza de “critérios de excelência” para designar, por exemplo, o que é alta-costura e o que é prêt-à-porter.

Desse modo é possível traçar um paralelo entre a afirmação de Le Corbusier e o que acontece no “mundo da moda”. Pois da mesma forma, a “construção” que “sustenta” é a roupa do dia-a-dia que atende às necessidades de vestuário e a outras relacionadas à moda no contexto social. O princípio da emocionalidade é critério para a criação de estilistas e de arquitetos.

Quando se trata de “emocionar” a moda não economiza detalhes. Os desfiles de alta-costura e os investimentos nos desfiles das grandes “griffes” nacionais e internacionais buscam justamente o despertar da “emoção” no espectador.

Nota-se que a conceituação de “arquitetura como emoção” é perfeitamente correlacionável com a moda, visto que esta, em algumas ocasiões também preconiza o fenômeno de “emoção” visto por Le Corbusier. Os desfiles de alta-costura estão cheios de elementos para causar “emoção” no público que os assiste.

Os locais onde a alta-costura é produzida encaixam-se em outro conceito que Norberg-Shulz (1968) apud Silva (1994) atribui à arquitetura. O autor destaca que a finalidade da arquitetura é promover uma “arrumação” do ambiente:

O propósito da arquitetura é o de dar ordem a determinados aspectos de nosso ambiente. Quando eu digo ‘dar ordem ao nosso ambiente’, isto implica que a arquitetura controla ou regula as relações entre o homem e seu entorno (Norberg-Schulz, 1968, p.109 apud Silva, 1994, p. 53).

O autor diz ainda que a arquitetura atua também na instituição de um “milieu” que consiste numa “[...] estrutura significativa para as atividades do gênero humano” (p.53). Certamente que essa “*estrutura significativa*” também se faz necessária para a realização das atividades que envolvem o processo produtivo da moda, seja ela sob medida ou em escala industrial. No sentido empregado por Norberg-Shulz (1968) apud Silva (1994), a arquitetura apropriada faz parte desse processo de produção, pois é condição para o desenvolvimento dessas atividades.

Os ateliês de alta-costura comprovam a importância dessa estrutura. De acordo com Varella (2005, p.47) é nos ateliês contratados pelas maisons onde os modelos de alta-costura são quase que totalmente produzidos. Cada ateliê possui sua especialidade e não raro “Um único modelo pode trazer embutida a habilidade de dezenas de artesãos diferentes”.

A maioria desses locais possui “instalações simples”, mas mantêm todo um aparato para a realização das atividades. Essa estrutura muitas vezes independe de computadores e maquinário altamente tecnológico, está mais ligada à organização do ateliê e à habilidade de cada artesão já que os trabalhos são feitos manualmente e demoram horas para ficarem prontos.

No que diz respeito ao *design*, moda e arquitetura fazem uso do design no desenvolvimento de projetos. O design surgiu na década de 30 do século XX para dar nova forma aos objetos comuns usados no cotidiano. Rapidamente foi percebida a valia de seus preceitos e sua aplicabilidade para outros fins começou a ser desenvolvida. No mundo atual o design atinge a maioria dos produtos industrializados e aplica-se em várias áreas dentre as quais se pode citar o design de: objetos, móveis, jóias, carros, tecidos, calçados e roupas.

A essência do design traduz-se, portanto, na procura incessante por inovações que possibilitem soluções para determinados problemas enfrentados pelo homem. Dessa forma, o “novo” se apresenta como uma constante quando se trata de design, seja ele de moda, de mobiliário ou de qualquer outra área.

A moda inclina-se mais para o design de produto. Pode-se chegar a esta conclusão observando o que diz Lipovetsky (2008, p.164): “Estética industrial, design, o mundo dos objetos está doravante inteiramente sob o jugo do estilismo e do imperativo do charme das aparências”. Esta colocação exprime a “rendição” do design de objetos ou de produtos à lógica utilizada pela moda. Demonstra, portanto, a familiarização da moda com o design de produto ou design industrial.

Issey Miyake constitui um exemplo de estilista-designer. Bênaïm (1999) aponta o estilista como um revolucionário no campo do design: “Com Issey Miyake, a moda recupera seu atraso em relação ao design industrial que há anos esforça-se para reduzir o peso e o volume dos objetos”.

No exercer da profissão, o estilista depara-se da mesma maneira que o arquiteto com limites, de corpo, de recursos, de modelagem e até de criação. O estilista muitas vezes fica subordinado às tendências, ao mercado, ao desejo do público, aos donos da empresa para a qual trabalha e a outros tantos fatores que

determinam uma gama de opções na qual o profissional precisa optar e fazer suas escolhas.

Na era da arte da reprodutibilidade, na qual uma das características compreende o caráter comercial das obras e como diz Palomino: “moda é comércio”. Miuccia Prada resolveu dar a uma de suas lojas o status de museu, para “fazer do ato de comprar Prada uma espécie de experiência cultural” (Palomino, 2005, p.82).

Para tal, convidou o arquiteto holandês Rem Koolhaas para projetar uma loja similar a uma galeria, na qual não há letreiro na fachada e os produtos possuem “status de obra de arte”. A “Prada Universe” foi inaugurada em dezembro de 2001 em Manhattan nos Estados Unidos e transformou-se em atração turística da cidade.

É perceptível então a importância da associação moda-arte-arquitetura, bem exemplificada acima. A arte da reprodutibilidade dos produtos Prada precisava de uma concepção arquitetônica adequada para que o “status de arte” fosse ampliado, convergindo o ato de comprar moda em “experiência cultural”.

Isso demonstra a versatilidade da relação que não está presa apenas à influência recíproca, possui na realidade um significado muito mais amplo de cooperação mútua. Rem Koolhaas é um arquiteto visionário, Prada, uma griffe ditadora de moda, o resultado dessa união é um projeto que ressalta moda e arquitetura como artes a serviço do pensamento humano.

Para Casas (2003) “A relação moda/arquitetura sempre existiu”, o autor associa o trabalho de estilistas como Poiret (francês dos anos 20) ao de designers como Ruhlmann (art decó). Enquanto Loeb (2003) destaca que são os conceitos e as atitudes dos profissionais que fazem a proximidade das duas áreas.

Souza (2001) acredita numa profunda relação entre moda e arquitetura, de maneira que uma transporta para si os elementos da outra, indicando que há uma “correspondência” entre as duas. A autora avalia que os elementos essenciais da moda são os mesmos das outras “artes do espaço”, então apesar de seu caráter imediatista a moda pode sim unir-se “às correntes estéticas de seu tempo [...] Principalmente à arquitetura e à pintura” (Souza, 2001, p. 34). Esses elementos cognitivos compreendem a forma, descrita pela autora, como sendo a “medida do espaço” e o “equilíbrio de volumes, de linhas, de cores, de ritmos” (Idem).

Heard (1924 apud Souza, 2001, p. 34) acredita que as formas se estabelecem inicialmente na arquitetura para em seguida serem transpostas para a moda, citando o seguinte exemplo: “Assim uma geração depois do aparecimento do gótico, em 1175, começamos a presenciar as primeiras aplicações da forma gótica na vestimenta, a ogiva e o sapato pontiagudo avançando juntos”.

Os benefícios da ligação moda/arquitetura são pautados principalmente com relação ao conforto que projetos de moda e de arquitetura possam proporcionar ao indivíduo. Novick (2004) destaca o benefício da proteção como sendo a principal função da relação moda/arquitetura já que a autora considera que a segunda pele do homem é a roupa e a terceira é sua casa.

Com relação ao benefício da tecnologia, Adolfo (2003) diz que o fato de existirem tecidos com a propriedade de regular a temperatura, seja ela do corpo ou do ambiente. Esses “tecidos térmicos”, como são chamados, são desenvolvidos pela indústria têxtil e podem ser aplicados no vestuário e no revestimento do piso de determinados ambientes.

A ligação moda e arquitetura também pode se estabelecer do ponto de vista do *revestimento*, pois além de revestir o corpo, o tecido hoje pode recobrir o edifício com a mesma função de proteção. Protegendo-se a estrutura do edifício, protege-se também o homem que a habita.

Em termos de espaço a arquitetura é mais ampla por admitir que o indivíduo usufrua, ainda que em situações diferentes, do espaço interno e externo do projeto arquitetônico. É fato que o edifício pode ser ocupado por mais de um usuário, diferentemente da roupa, que tem como destino vestir a uma única pessoa. No entanto, é importante ressaltar que a moda, mesmo não produzindo roupas usáveis ao



mesmo tempo por mais de uma pessoa, é um fenômeno que se manifesta de forma coletiva, pois uma tendência só se transforma em “moda” quando usada pelo maior número de pessoas possível.

Então, à moda interessa que aqueles indivíduos abrigados ali sob a arquitetura, se reconheçam de alguma maneira, ainda que apenas por meio da aparência. Os corpos estão num mesmo ambiente, acomodados ali, mas podem externar inúmeras mensagens de si a partir do vestuário, da “moda” que estão usando.

O mercado em geral preconiza que as profissões atuem em conjunto, reunindo suas especificidades para melhor atender aos desejos de um público consumidor cada vez mais exigente. Desse modo, o estilista dispõe da colaboração do arquiteto em seu desfile, enquanto o profissional de moda desenvolve novos conceitos para os objetos arquitetônicos, como estampas criativas para móveis, por exemplo.

Com relação às influências múltiplas entre moda e arquitetura é importante destacar que o corpo feminino idealizado sempre serviu de inspiração para a moda e também para a arquitetura ainda que de maneira menos visível.

Para Lima (2003) a moda sempre “construiu” o corpo usando de diferentes instrumentos ao longo dos tempos como acolchoados, espartilhos e outros. Porém, é na atualidade que esta *elaboração do corpo* é admitida como elemento da existência, sento, não só possível “montar” o próprio corpo, mas essa montagem é uma capacidade buscada e incentivada.

A autora afirma que: “A moda está ligada diretamente à construção do corpo que sempre foi redefinido de acordo com a estética de cada época, como ‘espelho do seu tempo e da cultura que a produziu” (Lima, 2003, p.50).

A arquitetura não “constrói” o corpo, mas alguns de seus projetistas o utilizam como inspiração. Segundo Casas (2003), criadores de moda como John Galliano teriam inspirado projetos como o do museu Guggenheim na Espanha. Tal fato constituiria um exemplo de que o corpo “idealizado” pela moda, de qualquer que seja o criador, pode influenciar a arquitetura assim como determinada obra arquitetônica pode servir de referência para a moda dependendo da afinidade de idéias entre estilistas e arquitetos. As coleções de inverno/2003 da grife Patachou e do estilista Reinaldo Lourenço são exemplos da associação moda/arquitetura feitas pela moda brasileira.

Na contemporaneidade, onde se vive no “mundo das aparências”, as pessoas não possuem uma “consciência corporal forte”. Interessa muito mais “identificar-se” com determinado objeto de moda ou de arquitetura, do que mesmo ponderar se é ou não adequado usá-lo.

A consciência corporal é importante, porque segundo Galvão (2003, p. 167), “o corpo se tornou objeto de consumo”. Atualmente as pessoas preferem ter um novo corpo ao invés de uma determinada roupa, já que para usar uma “novidade estilística é preciso ter a plástica corpórea adequada” (Idem, p.168).

Porém alguns princípios precisam ser observados para que o corpo, ao invés de destino dos projetos, não se transforme em obra construída pelos profissionais, principalmente no que diz respeito aos que produzem moda. Estes devem atentar para os diversos públicos existentes no mercado consumidor de vestuário para que não criem somente para aquelas pessoas ditas dentro dos parâmetros ideais de corpo.

Preocupar-se com esta questão é uma exigência atual para o estilista, já que a busca excessiva por uma aparência ideal tem suscitado discussões no âmbito da moda, questionada sobre o porquê de suas modelos serem excessivamente magras. A obsessão pela magreza tem causado vários distúrbios de saúde, inclusive a morte de garotas comuns e mesmo de modelos profissionais. Por isso mesmo a consciência corporal deve estar presente em quem usa e em quem concebe os objetos do vestuário.

## 7 Referências Bibliográficas

- Adolfo, G. *Idéias e Afins nos Máximos Detalhes*. Caderno Almanaque. Disponível em: <<http://www.noolhar.com/opovo/almanaque>>. Acessado em: 3 mai. 2004.
- Baudot, F. (2002) *Moda do Século* (2. ed.). São Paulo: Cosac & Naify Edições.
- Benaïm, L. (1999). *Issey Miyake – Coleção Universo da Moda*. São Paulo: Cosac & Naify Edições.
- Boccalato, M. (1994a) *Estética e Criação: A arte aurática versus a arte da reprodutibilidade*. Universidade Aberta – Curso Moda, Cultura e Comunicação. Fortaleza: Fundação Demócrito Rocha, n. 2, p. 4-5.
- \_\_\_\_\_. (1994b). *Estética e Criação: A arte aurática versus a arte da reprodutibilidade*. Universidade Aberta – Curso Moda, Cultura e Comunicação. Fortaleza: Fundação Demócrito Rocha, n. 7, p. 6-7.
- Caldas, D. (1999). *Universo da moda: curso on line*. São Paulo: Anhembi Morumbi, módulo 1.
- Casas, A. (2003). *A arquitetura é a senha para entender a silhueta moderna*. Folha Online – moda, especial n. 8. 12. dez. 2003. Entrevista concedida a Bernardo Aguiar.  
Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/especial/2003/moda8>> Acessado em: 3 mai. 2004.
- Costa, L. (1995). Considerações sobre arte contemporânea. In: \_\_\_\_\_ Costa, L. *Registro de uma vivência*. São Paulo: Empresa das Artes.
- Ferraz, H. (2004). *A Mutação do Mundo: a Arte como Ferramenta*. *Revista Eletrônica*. n.27, Junho/Julho/Agosto de 2004. Disponível em: <[http://www.cdcc.sc.usp.br/ciencia/artigos/art\\_27/arte.html](http://www.cdcc.sc.usp.br/ciencia/artigos/art_27/arte.html)>. Acessado em: 16 nov. 2005.
- Galvão, D. (2003). A customização do corpo – reinventando a subjetividade contemporânea. In: \_\_\_\_\_. *A Moda do Corpo e o Corpo da Moda*. São Paulo: Editora Esfera.
- Janson, H, W. (1992). *História da Arte*. Tradução de J. A. Ferreira de Almeida, Maria Manuela Rocheta Santos, Colaboração de Jacinta Maria Matos. 5. ed. São Paulo: Martins Fontes. Título Original: History of Art.
- Kanashiro, M. (2004). *Da antiga à nova Carta de Atenas – em busca de um paradigma espacial de sustentabilidade*. *Revista: Desenvolvimento em Meio Ambiente*. n. 9, p. 33-37, jan./jun.2004. Editora UFPR. Disponível em: <<http://calvados.c3sl.ufpr.br/ojs2/index.php/made/article/viewFile/3079/2460>>Acessado em: 6 ago. 2007.
- Lima, V. (2003).A construção do corpo nas formas da moda. In: Castilho, K. ; Galvão, D. (Org.). *A moda do corpo e o corpo da moda*. São Paulo: Editora Esfera.
- Lipovetsky, G. (2008) *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Loeb, R. (2003). *A arquitetura é a senha para entender a silhueta moderna*. Folha Online – moda, especial n. 8. 12. dez. 2003. Entrevista concedida a Bernardo Aguiar.  
Disponível em:<<http://www1.folha.uol.com.br/folha/especial/2003/moda8>>Acessado em: 3 mai. 2004.
- Marinho, D. F.(2004). *Entrevista Laura Novick*. Disponível em: <http://www.santamoda.com.br>. Acessado em: 10 jun. 2004.
- Marques, M, Y. (2003) *As Trilhas do Requinte: A Construção da Moda Feminina em Fortaleza*. 1940-1950. 2003. 77f. Monografia (Graduação em Estilismo e Moda) – Curso de Estilismo e Moda, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza.
- Moura, M. (1994). *Arte e moda*. Universidade Aberta – moda, cultura e comunicação. Fortaleza: Fundação Demócrito Rocha,. n. 4, p. 4-5.
- Nonnel, J. B. (1980). *Atlas de História da Arte* (3 ed.). Rio de Janeiro: Editora Livro Ibero-americano.
- Palomino, E. (2002). *A moda*. São Paulo: Publifolha. (Folha Explica).

- \_\_\_\_\_. (2005). A Pitonisa de Milão. *Revista Veja Moda e Estilo. Edição Especial Mulher. n.43. ano 38. jun. 2005.* p. 80-82.
- Rossi, A. (1995). *A arquitetura da cidade*. São Paulo: Martins Fontes.
- Silva, E. (1994). *Matéria, idéia e forma: uma definição de arquitetura*. Porto Alegre: Ed. Universidade UFRGS.
- Souza, G. M. (2001). *O espírito das roupas: a moda no século dezenove*. 4 ed. São Paulo: Companhia das Letras.
- Varella, F. (2005). O império do luxo. *Revista Veja Moda e Estilo. Edição Especial Mulher. n.43. ano 38. jun. 2005.* p. 22-27.
- \_\_\_\_\_. (2005). Vitrine Global da Fantasia. *Revista Veja Moda e Estilo. Edição Especial Mulher. n. 43. ano 38. jun. 2005.* p. 40-43.
- \_\_\_\_\_. (2005). Dos Mestres, com carinho. *Revista Veja Moda e Estilo. Edição Especial Mulher. n. 43. ano 38. jun. 2005.* p. 44-49.

**Cláudia de Castro Correia.** Bacharel em Estilismo e Moda - Universidade Federal do Ceará, endereço eletrônico: claudinhadecastro@hotmail.com

**Rita Cláudia Aguiar Barbosa.** Profa. Mestre em Economia Rural - Universidade Federal do Ceará, endereço eletrônico: rcab@ufc.br

**Maria Dolores de Brito Mota.** Profa. Doutora em Sociologia - Universidade Federal do Ceará, endereço eletrônico: domota@uol.com.br

**Walkyria Guedes de Souza.** Profa. Mestre em Economia- Universidade Federal do Ceará, endereço eletrônico: walmoda@hotmail.com