

**Catarina Andreia Mendes de Miranda**

**Junho de 2011**

## **ARQUITECTURA COMO MODA**

Uma analogia dos mecanismos e da forma



**Dissertação de Mestrado Integrado em Arquitectura**

Apresentada ao Departamento de Arquitectura da FCTUC

Sob a Orientação do Professor Doutor Vítor Manuel Bairrada Murtinho

(Escrito segundo o acordo ortográfico anterior)



## **ARQUITECTURA COMO MODA**

Uma analogia dos mecanismos e da forma



## **AGRADECIMENTO**

Em primeiro lugar quero agradecer ao Professor Vítor Murtinho pela orientação desta prova pois sem ele a realização da mesma não seria possível. Quero também expressar a minha profunda gratidão aos meus pais, Maria de Fátima Mendes e José Miranda, e ao meu irmão, Maximino de Miranda, por tudo, mas especialmente pelo carinho, paciência e apoio e pelos empenhados esforços e sacrifícios, sei que muitas vezes difíceis, para conseguirem ver terminada esta etapa da minha vida. À Catarina Rufino por já fazer parte da nossa família e pelo manifesto apoio que apadrinha a consistência da mesma.

Ao João deixo um beijo muito especial e reconhecimento pelo apoio e paciência manifestados durante todo o processo deste trabalho. Como não poderia esquecer quero também expressar agradecimento à minha segunda família, Ana Catarina Santos e Rafaela Sofia. À kati pela ajuda na revisão do presente trabalho e especialmente por ter contribuído no progresso do meu desenvolvimento que me ajudou a crescer como pessoa, ajudando nos bons e maus momentos, e à Rafa, por nada em especial, mas por tudo ao longo destes anos. À Mari Lúcia Simões um muito obrigado pela ajuda em alguma bibliografia sem deixar de esquecer o apoio moral para a finalização da prova. À Ana Nogueira, Isabel Boavida, Emmanuella Quinta, Helena Ribeiro, Teresa Espírito Santo, e todos aqueles que cruzaram o meu caminho nestes anos académicos, cheios de aventuras e descobertas que ficarão para todo o sempre.



# SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	7
A MODA	11
Definição	11
Moda e modernidade	23
Moda e os Meios de Expressão	27
Moda e Arte	31
AFINIDADES ENTRE MODA E ARQUITECTURA	41
Mecanismos	41
Espírito de consumo, espectáculo e luxo	41
Construção de Espaço, Imagem e Identidade	65
Forma	91
Pele	103
Transparência	107
High-Tech	121
Arte Cosmética	131
Estratégias tectónicas	137
CONCLUSÃO	157
BIBLIOGRAFIA	165



## INTRODUÇÃO

O tema deste trabalho pretende elucidar-nos acerca da relação entre moda e arquitectura a partir de uma analogia, evidenciando características que possam ser compartilhadas entre ambas. O objectivo do trabalho não pretende fazer uma conexão histórica entre moda e arquitectura mas sim uma ligação/analogia formal e mecânica entre as duas práticas, através da enumeração de “acontecimentos” importantes e determinantes assim como exposição de várias obras, quer de moda quer de arquitectura, para uma elucidação acerca de como e de que forma se podem encontrar afinidades entre os dois campos de estudo, e inevitavelmente nos seus respectivos objectos: Vestuário e Edifícios.

Os discursos realizados, que falam da cultura do consumo e sociedade do espectáculo podem funcionar como âmbito temático de paralelismo entre as duas práticas. Conceito de luxo concebido como o impulso espectacular do consumismo. Estes impulsos são factores que determinam um vínculo entre as duas práticas. O dominador comum entre as duas práticas é a representação simbólica. No contexto do capitalismo tardio, a chamada *arquitectura corporativa* responde à procura de edificações concebidas como parte do espectáculo pretendido pelo desenvolvimento da cidade empresa.

O fenómeno da *globalização*, as telecomunicações, os meios de comunicação e a crescente mobilidade, mudaram as nossas experiências de tempo e espaço afectando a planificação urbanística e arquitectónica assim como a concepção de moda.

A verdade é que quer a arquitectura quer a moda, expressam ideias de identidade, social e cultural, reflectindo preocupações de uso. Ao longo do tempo as criações das duas disciplinas como o vestuário e os edifícios têm ecoado entre si formas e aparências semelhantes, para além de partilharem a principal função de abrigo e protecção do corpo criando espaços e volumes. São criadas a partir de camadas protectoras, tendo em conta proporções humanas, princípios matemáticos e geométricos. Resultam da forma à volta do corpo humano para significar as suas dimensões, exigindo uma compreensão de massa, bem como de espaço. Ambos actuam com os mesmos aspectos de espaço para manusear energia e materiais, e projectam limites do corpo através da criação de sistemas climáticos



ambientais ao seu redor. Comunicam numa linguagem visual (expressões políticas, culturais e sociais) e assumem a presença de um público.

Os avanços tecnológicos dos materiais e o software de design fizeram com que os edifícios se tornassem mais fluidos e o vestuário mais arquitectónico. Os arquitectos começam a adoptar estratégias de confecção como impressões, plissados, dobras, drapeados e tecelagem, enquanto os designers de moda começam a olhar para as formas de construir da arquitectura, criando vestuários que apresentam novas e provocativas ideias de volume e conceitos inerentes à arquitectura.

Desta forma, o trabalho é composto por duas partes. A primeira parte é composta por uma breve definição de moda para nos elucidar á certa das suas características para posteriormente proceder a uma abordagem analógica. A segunda parte é dividida em dois subcapítulos, ou seja, os *Mecanismos*, características particulares que são partilhadas pelas duas disciplinas, e a *Forma*, onde é exposto um conjunto de limites exteriores do vestuário e dos edifícios que partilham características análogas. O subcapítulo dos *Mecanismos* é subdividido em dois, em primeiro lugar é realizada uma abordagem relacionada com o espírito consumista que conseqüentemente nos invoca para estratégias de marketing indissociáveis ao mundo da moda e que parecem estar a emergir na arquitectura num contexto contemporâneo. De seguida, *Construção de Espaço, Imagem e Identidade*, são expostas estratégias de resolução de espaço urbano, de exaltação da imagem e da identidade como meios de produção, compartilhados pela moda e pela arquitectura. O subcapítulo da *Forma* está dividido em seis. Aqui são expostas algumas das principais características compartilhadas pelas duas disciplinas para a modelação do invólucro, ou da pele e da estrutura, ou seja, a configuração dos limites exteriores do vestuários e dos edifícios que partilham aparências semelhantes. Esta analogia é possível através da apresentação de vários exemplos quer de moda quer de arquitectura que compartilham essas características.



## A MODA

### Definição

Chanel: *“A moda é o que passa de moda”*.

Usando o termo de Lévi Strauss, *“selvagem”*, a moda tal como ela é, apenas tem início quando a humanidade sai desse estágio, ou seja quando o enfeite, a tatuagem, a modificação artificial do corpo deixam de ser levados a cabo com um intuito *“funcional”*, e passa a ser transmitidas por uma razão *“estética”*, de *status symbol* e de motivação psicológica e social. De facto, o termo moda ganhou uma conotação de artificialidade<sup>1</sup>, visto a sua expressão mais evidente ter sido um *“acrescento”* ao corpo, ou seja a moda era representada através da roupa, do vestuário e do enfeite. Deste modo este *“acrescento”* estabeleceu um dos primeiros passos para a realização de moda, ao mesmo tempo que explica porque razão estão implícitas nela, as periódicas descontínuas mudanças<sup>2</sup>. Estas mudanças são caracterizadas por muitas vezes se verificarem sem uma razão evidente, sem uma alternativa homogénea. A verdade é que foram realizadas várias tentativas para se conseguir encontrar uma ligação, uma constante cíclica, um princípio geral que pudesse ser representativo de uma ordem na rotação das modas, na alternância de usos. Um exemplo desse mesmo estudo foi a pesquisa realizada em relação à alternância do uso de saias longas ou curtas, de vestidos justos ou largos, de *“zonas de respeito”*, em torno das partes do corpo, a manter tapadas ou por outro lado mostrando-as. No entanto, apesar de todas as análises realizadas, a verdade é que nunca foram alcançados resultados convincentes ou mesmo definitivos. *“Et pour cause: exactamente porque 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”*<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Acrescento de algo ao corpo ao natural.

<sup>2</sup> Segundo Dorflès sobre o assunto oscilações periódicas da moda, ver os estudos do antropólogo americano Alfred Kroeber, com a colaboração de Jane Richardson.

<sup>3</sup> DORFLES, Gillo – *Modas & Modos*, p. 19



A principal característica da moda assim como a mais evidentes é sem dúvida a sua efemeridade. Tal como refere Oscar Wilde *“a moda é uma forma de fealdade tão intolerável que temos de a alterar de 6 em 6 meses”*<sup>4</sup>. Irremediavelmente, a moda é conhecida como estando virada para a actualidade, ou seja para o presente, e persegue o novo. Segundo Simmel: *“O que distingue a moda da maior parte das instituições e práticas sociais que desdenham o presente e se voltam para o futuro ou para o passado, é que a moda está sempre voltada para o presente”*<sup>5</sup>. No entanto é fundamental proceder a uma distinção entre moda e vestuário, isto porque a existência do vestuário pode ser justificada, como declara a antropologia, pela necessidade de protecção climática, ou mesmo psicológica, de modéstia e de decoração pessoal, no entanto, estas mesmas necessidades não conseguem explicar a permanente transformação do estilo, que a moda cria. *“As mudanças de estilo de moda não só representam uma reacção contra a moda anterior, como também podem ser auto-contraditórias”*<sup>6</sup>. A característica fundamental da moda é a mudança rápida e constante de estilos<sup>7</sup>, no entanto, essa essência da moda é contraditória visto ter as suas oscilações de estilos em constante mudança, ou seja, são mudanças estilísticas apoiadas num carácter compulsivo e ao mesmo tempo irracional. Mas para compreender melhor estas mudanças será relevante fazer uma referência a um dos mecanismos protagonizado pelo sistema da moda. Quando um estilo surge e pretende subir ao *“poder”*, ao consegui-lo torna-se de imediato uma moda, pois o seu conteúdo vai ser imitado e executado por uma comunidade de aderentes como símbolo representante do ideal presente, ou seja adaptação ao *Zeitgeist*<sup>8</sup> – o espírito do tempo – que domina uma determinada época ou um pequeno período da época.

---

<sup>4</sup> Apub VICENTE, Catarina – *O que é a moda*.

<sup>5</sup> Apub DORFLES, Gillo – *Modas & Modos*, p. 27

<sup>6</sup> WILSON, Elizabeth – *Enfeitada de sonhos: Moda e Modernidade*, p. 16

<sup>7</sup> A aplicação da palavra estilo é utilizada num sentido formal ou figurativo e não como um movimento de pensamento que se incorpora numa determinada estrutura artística e que corresponde a precisas razões socioeconómicas e culturais.

<sup>8</sup> Do alemão, *zeitgeist* identifica-se como sendo o espírito do tempo, ou seja, o sentimento da época, conceito que alimenta e se reflecte na acção de todo o Movimento Moderno (apesar de não lhe ser exclusivamente específico). A nova era que teria nascido, segundo as palavras de ordem de Le Corbusier, essa força de uma nova realidade, de novos costumes, materiais, necessidades, não é mais do que o *zeitgeist*.



Dorfles caracteriza essa constante alteração a partir de dois movimentos, a coesão e a diferenciação de indivíduos, ou seja, a tentativa de imitação do que já está oficializado assim como a constante renovação dos cânones e das estruturas da moda. A constante alteração destes dois movimentos constitui um dos mecanismos fundamentais da moda, e a duração da fase de imitação e diferenciação, varia consoante as épocas e as condições socioeconómicas, culturais, políticas.<sup>9</sup> Desta forma os acontecimentos políticos, económicos e culturais influenciam, directa ou indirectamente, a moda e os costumes e podem, eles próprios, ficar “*na moda*”, ao mesmo tempo que a moda reage rapidamente às variações sociais, políticas e culturais do seu tempo e reflecte-as. É desta forma que os criadores de moda se transformam em intermediários, obrigados a suportar imposições enigmáticas, por razões económicas e sociais. A moda é, assim, um fenómeno que se impõem ao público, e que é captado pelos criadores da nova moda, assumindo, na maior parte das vezes, um fragmentado elemento intrínseco a iniciar e a permitir o surgir de determinada ideia que deverá converter-se num modelo. No entanto, a moda não nega as emoções, apenas as desloca para o reino da estética. Ela pode ser uma forma de intelectualizar visualmente tudo o que toca a desejos individuais e as aspirações sociais. Ela é em certo sentido susceptível de ironia e de paradoxo: por vezes, uma moda nova começa a partir da recusa do antigo e muitas vezes através de uma adopção impaciente daquilo que era anteriormente considerado “*feio*”, conseqüentemente, ela nega a sua afirmação de que a última moda é de certa forma a solução definitiva para o problema da aparência. Mas a sua relatividade não é tão desprovido de sentido como pode parecer à primeira vista, mas sim uma afirmação da falta de naturalidade dos empreendimentos humanos – que se torna bastante clara na vida da cidade; ela é uma afirmação da natureza arbitrária das convenções e até da moral. A moda imita-se a si própria. Ao elevar o efémero ao estatuto de culto, ela troça, em última instância, das muitas pretensões morais da cultura dominante, que, por sua vez, a denunciam em razão da sua frivolidade superficial.

---

<sup>9</sup> Para uma melhor explicação sobre o assunto ver Simmel: Arte e Civilização.



Neste sentido, o elemento essencial que caracteriza a moda e que é referenciado por Dorflès é a “*estrutura*”, qualidade global que dá forma (e significado), que tenha em si as características que o já popular vocabulário alemão *Gestalt* define – isto é, uma forma globalmente estruturada e carregada, de particulares “*significados*” não apenas estéticos, mas também psicológicos, sociológicos e de *status symbol*. “*Hoje, tal como ontem, a moda está ligada a motivações históricas, sociológicas e artísticas que determinam – ainda que indirectamente – os cânones: frágeis cânones que são, no entanto, os sintomas de um gosto também artístico e até, de uma situação social e económica*”<sup>10</sup>. A moda traduz as alterações na forma de pensar e agir, num mundo em perpétua e acelerada mudança, estando condenada a perder a sua validade, muitas vezes, recuperada num futuro que a interpreta, à luz do presente desse tempo, e a faz reviver.

O conceito de moda, segundo a Estatística, pressupõe assiduidade. É o valor mais frequente num conjunto de valores e uma selecção colectiva, que resulta de acções conscientes de indivíduos influenciados inconscientemente por um conjunto de aspirações, de ideais, de valores, de crenças, de emoções.

Quando falamos de moda, tal afirma Elizabeth Wilson, temos que lhe conotar uma origem inconsciente da emoção para além da superfície. Deste modo, poderíamos aplicar à moda uma visão semelhante à de Freud sobre a mente inconsciente. Esta visão leva-nos a ideias reciprocamente individuais, nela o tempo não existiria, as emoções apaixonadas seriam transformadas em imagens concretas e os conflitos resolver-se-iam magicamente, metamorfoseando-se de forma simbólica. A moda é neste ponto de vista um meio através do qual um eu sempre fragmentário é unificado e aparenta uma certa identidade. Desta forma a moda é motivada pela necessidade do indivíduo que a habita de estar em consonância com o seu tempo. Pela necessidade de construção e expressão da sua identidade mutável, redefinida a cada instante e em cada espaço social. Capaz de confundir fantasia e realidade, aproxima o eu real do eu ideal, que a selecção colectiva aprova e preconiza. Resolve o conflito entre o querer ser diferente, único,

---

<sup>10</sup> DORFLES, Gillo – *Moda da Moda*, p. 33.



e o querer pertencer. Assegura, ao mesmo tempo, a representação social e a expressão do eu, que a Sociologia e a Psicologia defendem, através da sua capacidade de comunicar não verbal, descrita pela Semiótica. Desta forma, a moda está inserida num processo de comunicação e significação sendo a semiótica a técnica de pesquisa que consegue dizer-nos como estas funcionam. Segundo o estudo de Umberto Eco<sup>11</sup>, neste processo de comunicação e significação está intrínseco um elemento, ou seja, o signo. O signo insere-se num processo de comunicação que é exposto por eco como: Fonte – Emissor – Canal – Mensagem – Destinatário. A mensagem é o signo, e para que o destinatário compreenda a mensagem/signo do emissor tem que existir um *código* comum. Ou seja, uma série de regras que atribui ao signo um significado. Desta forma, o signo é uma entidade de duas faces composta de significante e significado. No que diz respeito à moda, ela baseia-se e está assente num *código* do qual os criadores (emissores) e os fruidores (destinatários) se auxiliam para exprimir significados. Podemos ainda classificar os signos como naturais<sup>12</sup> e artificiais<sup>13</sup>. É nos signos artificiais explicitamente com funções onde se inserem os objectos, neste caso onde se insere o vestuário. Deste modo a semanticidade muda com a alteração da intencionalidade de quem a usa. Ou seja, o significado primitivo é substituído por um segundo, um terceiro, e assim consecutivamente, acabando por colocar o significado primitivo entre parênteses ou até mesmo acabando por esquecê-lo. Um exemplo que Dorfles nos expõe para clarificar esta qualidade semântica da moda é o exemplo da cor, elucidando-nos que o tipo de sinalética cromática vai de encontro a metamorfoses e desvios comuns a muitos outros tipos de sinais, ou seja, um determinado significado cromático pode mudar totalmente de significado quando adoptado para outra função. Dorfles considera ainda que muitos dos esquemas da moda devem entender-se como expressões semiológicas, ou seja, como esquemas carregados de uma significação – consciente ou inconsciente – que é comunicada precisamente por ser considerada como um “*sistema comunicativo*”

---

<sup>11</sup> ECO, Umberto – *O signo*.

<sup>12</sup> Signos que não têm emissor intencional, provenientes muitas vezes de uma fonte natural, que nós interpretamos como sintomas e indícios. Estes podem também ser chamados expressivos quando são sintomas do estado da alma.

<sup>13</sup> Signos que alguém (homem ou animal) emite conscientemente, com base em convenções precisas para comunicar alguma coisa a outrem. Para estes signos existe sempre um emissor.



que recorre a um único e preciso “*código*”. Roland Barthes<sup>14</sup> utiliza a linguística e a semiologia (a ciência dos signos) de uma maneira mais sofisticada, mas aceita implicitamente que a moda é algo irracional. Com efeito esta teoria da moda baseia-se na ideia da irracionalidade, já que considera que o signo, tal como a linguagem, é um sistema de diferenças arbitrariamente definidas. Ele aponta que a língua funciona da seguinte forma: as palavras utilizadas para nomear os objectos (cão/*chien* e assim por diante), são arbitrárias, mas os objectos nomeados só são significativos em termos das suas diferenças em relação a outros objectos – a nossa concepção de cão baseia-se na sua *diferença* em relação ao gato ou à vaca. Barthes afirma que todos os sistemas de signos funcionam deste modo, e, tal como a língua, a moda é para Barthes um sistema fechado e arbitrário, e os significantes que gera são inteiramente relativos. A sua análise exaustiva da “*retórica da moda*”<sup>15</sup> coloca a moda num vazio. Sem história nem função material, ela é um sistema de signos, dedicado a transformar “*o arbitrário em natural*”. O seu objectivo é fazer com que as mudanças absurdas e sem significado, que constituem a moda, *pareçam* naturais.

Paradoxalmente, a moda é, em simultâneo, espelho de convenções, transgressora das barreiras sociais e de género. São inúmeros os exemplos em que a moda vestiu atitudes radicais, assinalando a ruptura com o passado. Desde a transposição do vestuário masculino para o vestuário feminino composta por Coco Chanel<sup>16</sup>, na década de 20, aos movimentos contra cultura, como o *punk*. A partir do momento que a moda se apropria dos símbolos destes movimentos e os difunde socialmente, mostra a sua faceta antropófago, que fazem dela um código complexo, dificilmente decifrável.

A moda é um veículo estético de construção e comunicação da identidade; posiciona o indivíduo na sociedade e na cultura materializada, sobre as quais reflecte, fantasia e torna acessíveis, o corpo e o eu ideais que o colectivo preconiza.

Neste sentido, é inevitável não referenciar a importância de um dos factores mais valorizado no mundo da moda, embora esse leva a aspectos mais

---

<sup>14</sup> BARTHES, Roland – *O sistema da Moda*.

<sup>15</sup> Título de um texto publicado nas revistas de moda.

<sup>16</sup> *Apub* VICENTE, Catarina – *O que é a moda*.



frívolos, superficiais e epidérmicos desta. Em muitas das manifestações de “*estar na moda*” de determinados actos, acontecimentos, usos, pode ser identificada uma análoga motivação, ou seja, a de alcançar um determinado *status*. No mundo da moda, o sentimento de superioridade está sempre presente, palavras como *snobismo*<sup>17</sup>, associado à exaltação do esteticismo, estão sempre associadas a este universo. Neste sentido, Guillaume Erner refere: “*Nesta indústria, onde o que se vende é distinção, é compreensível que o que se procura em primeiro lugar é a distinção de si mesmo*”<sup>18</sup> o criador de moda tornou-se numa figura irreal, mítica, oscilando entre a realidade e a ficção. Deste modo, o criador e a marca caminham no mundo lado a lado, e tal como Edgar Morin nos sublinha, eles são: “*raros como o ouro e indispensáveis como o pão*”<sup>19</sup>. O criador e a marca ganharam garantia devido ao sistema produtivo sendo conhecidos como uma máquina que sustenta e exalta as “*estrelas*”.

## Moda e Modernidade

*“A lógica da diferença está por detrás de todas as distinções formais. Ela é equivalente ao processo inicial e ao trabalho do sonho: não paga juros ao princípio da identidade e da não-contradição. Esta lógica profunda é semelhante à lógica da moda. A moda é um dos fenómenos mais inexplicáveis, no que diz respeito a estas questões: a sua mania de inovar signos, a sua produção de significados aparentemente arbitrária e constante – uma espécie de impulsos para os significados – e o mistério lógico de seu ciclo, são todos eles, com efeito, parte da sua essência”*<sup>20</sup>.

Tal como refere Gillo Dorfles no seu livro *Modas & Modos*, nunca como nos dias de hoje o fenómeno da moda pareceu tão actual. Este facto deve-se principalmente à chegada de uma sociedade de consumo caracterizada por

---

<sup>17</sup> Atitude de superioridade afectada nas ideias, gostos e comportamentos.

<sup>18</sup> ERNER, Guillaume – *Víctimas de la moda: Cómo se crea, por qué la seguimos*, p. 39. (Tradução do autor).

<sup>19</sup> *Apub* ERNER, Guillaume – *Víctimas de la moda: Cómo se crea, por qué la seguimos*, p. 40. (Tradução do autor).

<sup>20</sup> BAUDRILLARD, Jean - *For a critique of the political economy of the sign*, p. 78 e 79. (Tradução do autor).



aclamar o desperdício assim como a incessante rotação de produtos. No entanto, a este factor está ligado um outro fenómeno, ou seja, a sucessão constante de situações de predomínio de uma categoria de indivíduos sobre a outra e o reavivar de impulsos consumistas e mercantilistas provenientes de uma corrida efectuada para se evidenciarem dos indivíduos singulares e das comunidades que eles próprios constituem. Também Braudrillard<sup>21</sup> considera a moda como uma forma particularmente prejudicial de consumismo, isto porque ela representa um acordo entre a necessidade de inovação e a necessidade de não mudar nada na ordem elementar.

É perfeitamente compreensível falarmos de luxo quando temos um sistema contemporâneo que une consumo e produção de massas. As culturas de luxo encontram-se particularmente em sociedades hierárquicas. Contudo este não se popularizou, foi a democracia que passou a oferecer a todos a possibilidade *formal* de adquirir todos os bens o que fez com que a vaidade humana passa-se a ter outras necessidades, e independentemente da sua classe, o homem passou a pretender ser aquilo que não era estando disposto a fazer os possíveis para poder consegui-lo. Desde então a etiqueta de luxo, distingue os produtos que são mais exclusivos característicos da elite. A moda está ligada, intimamente ao *capitalismo*<sup>22</sup> e será ao mesmo tempo mundo deste. Assim, o capitalismo é caracterizado pelo “*desperdício*” ao mesmo tempo que cria uma enorme riqueza e beleza, juntamente com um desejo de uma vida e de oportunidades que estão para além do alcance de muitos. Ele constrói sonhos e imagens, tal como constrói objectos, a moda partilha tanto desse mundo de sonhos capitalista como da sua economia. Na verdade, a moda, assumindo-se como um ramo da estética, mas também da arte e da sociedade moderna, é um passatempo das massas, uma forma de divertimento de grupo, uma forma de cultura popular, relaciona-se tanto com as

---

<sup>21</sup> *Ibidem.*

<sup>22</sup> O *capitalismo* é um sistema essencialmente económico (com influência social e política) à base de transacções de ordem monetária e caracterizado pela propriedade privada dos meios de produção, sendo propiciado rendimento sem trabalho, já que a produção e a distribuição são comandadas pelo mecanismo dos mercados. O *capitalismo* é, hoje, adoptado por quase todos os países do mundo e funciona à base de uma rede global de mercados. Cf. *Verbo: enciclopédia luso-brasileira de cultura*, vol. 4, p. 908.



artes “sérias” como com a arte popular, seria como nos detecta Elizabeth Wilson uma espécie de “arte-espectáculo”. Assim, a própria “modernidade” também parece benéfica para indicar o desejo de mudança, tão característico da vida cultural do capitalismo industrial, assumindo-se como o desejo de novidade que a moda reflecte. Mesmo o pós-modernismo, com a sua abordagem eclética do estilo, é capaz de apresentar uma compatibilidade com a moda, “ (...) porque a moda, tal como as suas constantes mudanças e buscas de sedução, personificam simbolicamente os aspectos mais alucinatórios da nossa cultura, as confusões entre o real e o não-real, as obsessões estéticas, a veia mórbida mas desprovida de tragédia, de ironia sem alegria, a posição crítica niilista em relação à autoridade, a revolta vazia e quase sem conteúdo político”<sup>23</sup>.

## Moda e os Meios de Expressão

*“As transformações estão no centro do estudo da cultura popular... A cultura popular não constitui nem... as tradições populares da resistência a estes processos; nem as formas que se sobrepõem a e sobre elas. Ela é o terreno sobre o qual estas transformações se desenvolvem”*<sup>24</sup> nos diz Stuart Hall.

A moda, enquanto processo de difusão social da inovação, não se cinge à roupa mas afecta todos os fenómenos culturais. O Marketing e a Gestão procuram compreender e dominar o processo de actuação da moda através da identificação dos inovadores e dos líderes de opinião das diferentes subculturas. Infiltra todas as áreas e, por elas é infiltrada.

O jornalismo, a publicidade e a fotografia assumem-se como eixos de comunicação de massas, que ligam a moda à consciência popular. Desde o final do século XIX que a palavra e a imagem propagaram cada vez mais os estilos, as imagens de desejo passaram a estar constantemente em circulação sendo estas, assim como o artefacto, o que o indivíduo tem vindo a consumir. Desta forma, podemos considerar a moda um sistema ilusionista, que quando representada nas páginas de revistas, ou melhor, nos meios de comunicação é apresentada segundo

---

<sup>23</sup> WILSON, Elizabeth – *Enfeitada de sonhos: Moda e Modernidade*, p. 88.

<sup>24</sup> *Apud Ibidem*, p. 209.



“o estilo em voga”, tal como a publicidade, as revistas femininas passaram do estilo didáctico ao estilo alucinatório. No início, o seu primeiro objectivo era informar, no entanto, hoje em dia, tanto no jornalismo popular como na publicidade, o que nos é apresentado é a miragem de uma maneira de ser, e a nossa participação já não é apenas um processo relativamente simples de imitação directa, mas sim um processo menos consciente de identificação.

Estes processos realizaram-se sobretudo devido à criação da câmara fotográfica que criou uma nova maneira de ver as coisas. A fotografia pretendia representar a “realidade” ou seja a “verdade”, no entanto, a “verdade” da fotografia foi apenas mais uma ilusão convincente para uma selecção e o artifício escondidos atrás da aparência de imparcialidade do olho mecânico. Mas sobre este assunto é Susan Sontag<sup>25</sup> que melhor nos pode clarificar. Sontag faz uma análise sobre a Fotografia como um fenómeno de civilização, demonstrando o seu lugar central na cultura contemporânea. Ou seja, acaba por nos relatar alguns problemas relacionados à estética e a moral que as imagens fotográficas podem apresentar. As pessoas buscam, inevitavelmente, a beleza no mundo. Muitas idealizam-se perante uma imagem de uma fotografia e acabam por construir uma forma de pensar e agir diante das câmaras. Sontag afirma mesmo que o papel da câmara perante o embelezamento do mundo tem sido tão bem sucedido que a fotografia, e não o mundo, tornou-se o padrão de referência do belo criando-o e, ao mesmo tempo, desgastando-o. A realidade sempre foi interpretada por meio das informações fornecidas pelas imagens, no entanto, em vez de simplesmente registá-la, a fotografia tornou-se a forma como as coisas nos parecem, transformando a própria noção de realidade e realismo, fazendo sentir que o mundo é mais acessível do que o é na verdade. A necessidade de confirmar a realidade e de realçar a experiência por meio de fotografias é um consumismo estético em que todos hoje estão viciados. As sociedades industriais transformam os seus cidadãos em dependentes de imagens. Ou seja, Sontag mostra-nos como as noções de facto e representação confunde-se nas sociedades industriais e consumistas onde tudo existe para terminar numa fotografia.

---

<sup>25</sup> SONTAG, Susan – *Ensaio sobre a Fotografia*.



## Moda e Arte

Classificar o estilista de artista e a moda como uma forma de arte, é sem dúvida, já algum tempo, uma das discussões mais conhecidas e controversas. Mas para uma melhor clarificação sobre Arte é a análise de Martin Heidegger<sup>26</sup> sobre a origem da obra de arte, que melhor nos pode clarificar. A origem é pelo autor considerada no sentido daquilo a partir do qual e através do qual uma coisa é o que é, ou seja, a sua essência. A obra nasce com a actividade do artista e este só é considerado como tal à medida que cria a obra. É também a obra criada que permite que o artista seja denominado dessa forma. O artista é a origem da obra e a obra é a origem do artista, tendo assim uma relação recíproca. Nesta afinidade existe ainda um terceiro elemento, o observador, aquele que olha para a obra de arte e para o artista. Este terceiro elemento desta tríade reconhece o artista e a obra, sendo esta a realidade da obra de arte. Segundo Heidegger todas as obras têm um carácter de coisa, mas para além disso, a obra de arte é também algo de outro. Este outro é que constitui o artístico. A obra de arte é uma coisa fabricada, mas ela diz algo de diferente do que a simples coisa, dando a conhecer outra coisa, sendo desta forma uma alegoria. A obra é símbolo. Desta forma numa obra não vemos apenas a obra em si, mas também tudo o que foi necessário para que ela passasse a existir. Heidegger leva-nos a reflectir sobre os apetrechos (utensílios) necessários para a construção da obra. Esses apetrechos ganham visibilidade a partir da origem da obra e passam a ter significado na construção da mesma, assim como o mundo real que ela retrata ou mesmo o mundo imaginário criado pelo artista, se essa foi a sua escolha, criar. Sendo assim o artista cria e recria a partir da realidade ou a partir da sua imaginação. Tanto a realidade como o imaginário do artista fazem-se presentes na obra originada a partir da sua criação. Desta forma a obra em si tem um carácter de “coisa”, é uma “mera coisa”, no entanto para além de ser uma *coisa* ela também tem outro carácter, ou seja, tem a coisidade da coisa, o verdadeiro significado da obra de arte está para além da obra em si, da coisa que se vê. Está no cuidado e desnudamento da sua verdade, a verdade a partir da qual foi

---

<sup>26</sup> HEIDEGGER, Martin – *A origem da Obra de Arte*.



criada. A fixação da verdade dos seres está na obra. “ A essência da arte seria então o pôr-se-em-obra da verdade do ente. Até aqui, a arte tinha a ver com o belo e a beleza, e não com a verdade”<sup>27</sup>. A essência da obra que até então estava apenas no belo, na beleza da obra em si, ou seja na estética, está essencialmente na poesia (criação) e a essência da poesia fixada na verdade. A análise de Heidegger realizada a partir da essência da arte a partir da realidade remete-nos para a verdade. A verdade que permite a compreensão da obra de arte e desvenda a origem da mesma, entrelaçada à realidade, ao quotidiano, à terra, ao mundo que ela nos faz ver para dentro da sua origem. Sendo assim a essência da obra de arte é a poesia (criação) e a essência desta é a verdade. A verdade deve ser pensada a partir da essência do verdadeiro, o que está oculto e precisa de ser desocultado (desoculto do que a verdade é). O autor faz desta forma uma diferenciação entre o ser criado, criar, e o ser fabricado, fabricar. Criar no sentido de pensar a obra, fazendo parte da essência e do acontecimento da obra, e o fabricar no sentido de produzir, é a produção da arte, a manufatura do apetrecho. Na obra a verdade está na obra, ou seja, o acontecer da verdade.

Neste sentido, a criação têxtil poderia ser elevada ao *status* de arte menor sendo conhecida por realizar as suas homenagens nos grandes e conhecidos museus.

Aos olhos da sociedade, são reconhecidas como sendo formas artísticas legítimas. No ano de 2000 foi realizada uma exposição que comemorava os 25 anos de criação de Giorgio Armani, cuja comemoração ocorreu no Museu Guggenheim de Nova Iorque e mais tarde no Museu de Bilbao. Foi alvo de uma enorme polémica, chegando a questionar-se a notoriedade deste estilista, que fez do seu nome uma grande marca colocando-a dentro de uma prestigiosa instituição cultural.<sup>28</sup>

A verdade é que a criação no mundo de vestir tem, como é sabido, uma vocação comercial e esta associação na opinião pública encontra-se bastante

---

<sup>27</sup> *Ibidem*, p. 27.

<sup>28</sup> ERNER, Guillaume – *Víctimas de la moda: Cómo se crea, por qué la seguimos*.



assumida. Esta afirmação é particularmente sustentada por Erner<sup>29</sup> através da exposição das ideias de duas figuras, Pierre-Michel Menger e Marx.

Tal como Menger refere, a arte e o artista já não se opõem ao Capitalismo, no entanto, pelo contrário, para a sociedade, estes incorporam um “*continente modelo*” devido aos seus princípios de inovação. Para o indivíduo sobrecarregado de tarefas repetitivas, uma alternativa a um trabalho muitas vezes percebido como alienante.

Deste ponto de vista, o trabalho de um criador de moda incorpora um ideal, pois representa uma excelente forma de tirar proveito das contradições próprias do capitalismo. No entanto, e como vários estilistas nos esclarecem, existe uma conjugação entre os ditames da rentabilidade e a habilidade do estilista isto para que eles próprios possam satisfazê-los melhor. Todos os criadores recebem uma substancial remuneração pelo seu trabalho mas tal como Marx ensinou, ao contrário dos trabalhos ditos comuns, estas estrelas escapam ao trabalho alienado: quanto mais trabalham mais livres são. À medida que vão criando as suas colecções, estes criadores deixam de ser eles mesmos para implantar, no seu espaço, as forças que os convertem em seres humanos. “*Trabalho no que creio e vivo como uma realização*”<sup>30</sup>, nos diz John Galliano.

Através dos *happenings* da alta-costura, aparentemente desconectados de toda a ambição comercial, os criadores retomam a noção da *l’art pour l’art*. Um desfile não pretende vender, é um espectáculo ou mesmo um rito característico do mundo da moda para apresentar as suas criações, mas que no entanto serve para vender e rentabilizam esforços.

Se a moda é uma arte então podemos considerá-la como a fotografia e os filmes, ou seja é uma arte reproduzível. No entanto não é clara a classificação de uma obra de arte como sendo reproduzível, mas para um melhor esclarecimento fixemo-nos na teoria de Walter Benjamin<sup>31</sup>. Segundo ele, as evoluções sociais e técnicas variam e modificam a nossa concepção de arte. Qualquer imagem ou som são susceptíveis de reproduzir-se e difundirem-se no mundo inteiro. Esta

---

<sup>29</sup> *Ibidem*.

<sup>30</sup> *Apud ibidem*, p. 43. (Tradução do autor).

<sup>31</sup> BENJAMIN, Walter – *Sobre Arte, Técnica, Linguagem e Política*.



possibilidade corresponde, por outro lado, a um desejo de possuir o objecto cada vez de mais perto, através da reprodução: *“Aproximar” as coisas espacial e humanamente é actualmente um desejo das massas tão apaixonadas como a sua tendência para a superação do carácter único de qualquer realidade, através do registo da sua reprodução*”<sup>32</sup>.

Uma civilização de massas é valorizado o elitismo do objecto único e nestas condições a aura da obra de arte debilita-se. Benjamin defende que a obra de arte contemporânea teria uma aura muito difusa quando comparada com as obras de arte anteriores, admitindo que a arte mudou de função pois o homem agora transporta a estética da distração, podendo, deste modo verificar-se isso mesmo no trabalho de Warhol, figura muito reconhecida no mundo da moda. Deste modo se pegarmos neste ponto de vista, iremos verificar que a distância que separava a obra de arte moderna de uma criação têxtil diminui bastante. Tal como um filme, a aquisição de uma indumentária inédita não é acessível à maioria dos indivíduos para seu uso próprio uso, mesmo que ele sonhe tê-lo, pois este processo implica um investimento impossível de suportar por qualquer indivíduo.

No entanto, para poder responder às necessidades das sociedades de massas, a moda foi organizada de modo a satisfazer os desejos das pessoas. Através desta mecânica um estilista aproveita-se da sua fama para assinar um produto que nem tão pouco criou, ou empresta o seu nome para adquirir fama, procedendo a um sistema de licenciamento. No entanto, os limites entre Moda e Arte, vistos tradicionalmente como bem definidos e intransponíveis, são postos à prova por designers como Hussein Chalayan, Rei Kawakubo da Comme des Garçons, ou Viktor & Rolf, entre outros, que mostram que a moda vai para além do universo dos artefactos funcionais e aborda questões diversas.

Os desfiles performativos de Hussein Chalayan, bem como os seus projectos artísticos, de que *Afterwords* é um exemplo, esbatem as fronteiras entre moda e arte. A dupla holandesa Viktor&Rolf opõe-se, igualmente, à visão dum mundo bifurcado e situa a sua área de acção entre a Moda e a Arte, testemunhada em criações como *Le Parfum* (1996). Um frasco de perfume como um *packaging* tão

---

<sup>32</sup> *Ibidem*, p. 81.



**FIG. 1** Linha de perfumes de Viktor & Rolf, *Series 6: Synthetic*.

elegante e sofisticado quanto esperado, mas com uma total ausência de aroma no seu conteúdo.

Outro exemplo ilustrativo, também da área da perfumaria, é a linha Comme des Garçons Series 6: *Synthetic*, composta por cinco fragrâncias socialmente inaceitáveis baseadas nos materiais e locais do nosso quotidiano urbano: *Tar* (alcatrão), *Garage* (garagem), *Skay* (imitação de pele), *Dry Clean* (limpeza a seco) e *Soda*.<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> VICENTE, Catarina – *O que é a moda*.



## **AFINIDADES ENTRE MODA E ARQUITECTURA**

É difícil partir do princípio que moda e a arquitectura tenham alguma coisa em comum, visto que as duas disciplinas comportam evidentes diferenças. Como foi enunciado na primeira parte deste trabalho a moda é tida como efémera e superficial, os materiais utilizados são flexíveis e por vezes frágeis, enquanto a arquitectura reflecte um carácter monumental e permanente usando materiais rígidos e muito duráveis. Para além dessas diferenças, é perfeitamente visível a descontrolada diferença de escalas entre ambas, enquanto os designers de vestuário criam roupa para o corpo humano, os arquitectos projectam grandes edifícios conseguindo albergar vários corpos ao mesmo tempo para aí habitarem.

No entanto se reflectirmos, verificamos que o ponto de origem das duas disciplinas é o corpo, pois ambas protegem e abrigam, proporcionando um meio de expressão de identidade, seja ela política, religiosa ou cultural.

### **Mecanismos**

#### **Espírito de consumo, espectáculo e luxo**

No âmbito de uma concepção temporária, concordámos que moda e arquitectura podem ser pensadas como dois domínios culturais que têm em comum uma constante actividade semiótica, disposta a actuar sobre as formas de presença humana no espaço social e sobre as subjectividades que guiam essas formas de presença. Estas presenças abrangem imaginários associados ao estar presente e a apresentação do corpo, na qual as imagens da corporalidade e a posição espacial são essenciais. Culturalmente trazidas, inscrevem-se em materialidades e visualidades que geram e exigem o seu próprio espaço como tal. No que diz respeito a estas formas de presença, elas inventam, constroem e oferecem, enunciados de múltiplas formas de imersão do corpo nas imagens e destas imagens em outras presenças e outras imagens que, com diferentes graus de abertura, se expõem e oferecem-se para se ligarem com as



teias do desejo e com necessidades que habitam nas presenças humanas de cada indivíduo, grupo ou massa.<sup>34</sup>

Partiremos do princípio que a “*Moda*” de alta-costura, assenta numa “*cultura de consumo*” e que essa cultura está realçada na “*sociedade do consumo*”. Tal como nos diz José Joaquín Brunner (2006)<sup>35</sup>, a cultura de consumo está exaltada na “*sociedade de consumo*”, a qual funciona como uma esfera cultural autónoma e autoproclamada. Ou seja, gera transformações na sociedade que condicionam os comportamentos do indivíduo e da sociedade, assim como valores e visões do mundo proporcionando identidades e estilos de vida criando desta forma uma linguagem estética e uma transmissão de sentidos que orientam a acção social. Esta esfera cultural nem sempre está presente na moda e na arquitectura, esta acontece numa fase em que é expresso um pico de consumo de essência selectiva e de culto. Um exemplo claro é a procura, por parte da moda, de espaços de produção para a mostra da sua “*consonância de signos*” no interior da arquitectura em espaços públicos privilegiados e edificações importantes.

A sociologia define uma “*sociedade de consumo*”, em que o capitalismo de produção que se baseia no desenvolvimento industrial, deu lugar a uma economia organizada em torno de actividades não industriais, ou seja passou a ser orientada para a organização e expansão de consumo, assim como para o predomínio da mercadoria como espectáculo. Desta forma, deixa-se de efectuar uma organização *pró-igualitária* do consumo de massas criada pelo *fordismo social*<sup>36</sup>, como necessidade correspondente do desenvolvimento industrial, passando a tratar de uma transferência do dispêndio efectuado pelo sujeito centrando as preferências do consumidor com base em preferências racionais guiadas por cálculos e ascetismos, dirigindo o sujeito a um consumo cujo vector é gerado desde uma extremidade funcional de excessos, resíduos, lixo, luxos e

---

<sup>34</sup> RAPOSO, Moyano Alfonso - *Analógica 2: El fenómeno fashion en la Arquitectura*.

<sup>35</sup> Apud RAPOSO, Moyano Alfonso - *Analógica 2: El fenómeno fashion en la Arquitectura*, p. 5. (Tradução do autor).

<sup>36</sup> Baseia-se num grande aumento do consumo massivo, através do aumento dos salários e de um maior gasto social, e uma estabilização das relações laborais, através da negociação de convenções colectivas.



exaltação de desejos e emoções. Desta forma, tal como Guy Debord<sup>37</sup> nos expressa, passou-se a exprimir uma “*sociedade de espectáculo*”.

*“O espectáculo, compreendido na sua totalidade, é simultaneamente o resultado e o projecto do modo de produção existente. Ele não é um complemento ao mundo real, um adereço decorativo. É o coração da irrealidade da sociedade real. Sob todas as suas formas particulares de informação ou propaganda, publicidade ou consumo directo do entretenimento, o espectáculo constitui o modelo presente da vida socialmente dominante. Ele é a afirmação omnipresente da escolha já feita na produção, e no seu corolário — o consumo. A forma e o conteúdo do espectáculo são a justificação total das condições e dos fins do sistema existente. O espectáculo é também a presença permanente desta justificação, enquanto ocupação principal do tempo vivido fora da produção moderna”*<sup>38</sup>.

*“O espectáculo é a outra face do dinheiro: o equivalente geral abstracto de todas as mercadorias. Mas se o dinheiro dominou a sociedade enquanto representação da equivalência central, isto é, do carácter permutável dos bens múltiplos cujo uso permanecia incomparável, o espectáculo é o seu complemento moderno desenvolvido, onde a totalidade do mundo mercantil aparece em bloco como uma equivalência geral ao que o conjunto da sociedade pode ser e fazer. O espectáculo é o dinheiro que se olha somente, pois nele é já a totalidade do uso que se trocou com a totalidade da representação abstracta. O espectáculo não é somente o servidor do pseudo-uso, é já, em si próprio, o pseudo-uso da vida”*<sup>39</sup>.

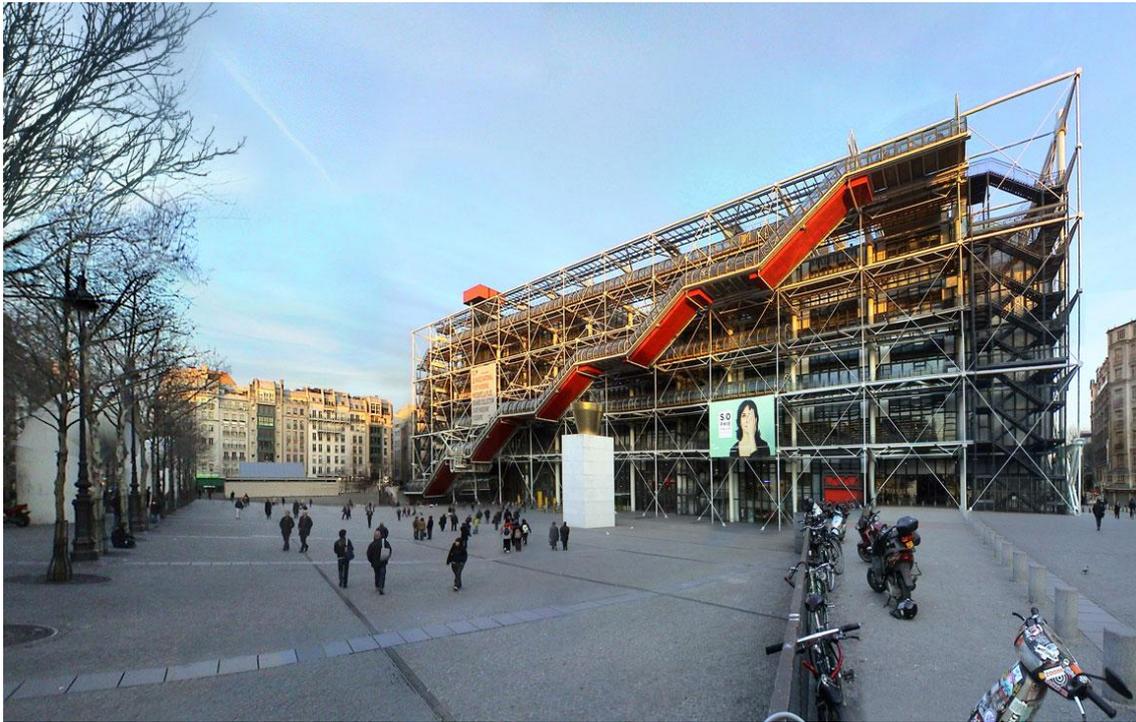
Sobre a cultura de consumo, são inúmeros os pensadores que se debateram sobre este assunto, e são inúmeras as suas percepções: Simmel caracteriza a cultura de consumo como “*tragédia da cultura*” dominada por “a *invenção do momento*” e pela sua temporalidade fugaz; Weber coloca-a numa “*gaiola de ferro*” enquanto Freud adverte sobre “*a primazia de destinos instintivos*”, Marx denunciou o “*fetichismo da mercadoria*” a ser desenvolvido dentro do capitalismo. No entanto, um autor foi mais além, demonstrando que a realidade não se transformou apenas

---

<sup>37</sup> Principal porta-voz do movimento Situacionista, que no fim da década de 70 explica com maior crítica, a natureza do aparecimento da “*sociedade do espectáculo*”.

<sup>38</sup> DEBORD, Guy – *A sociedade do espectáculo*, p. 6.

<sup>39</sup> *Ibidem*, p. 13 e 14.



**FIG. 2** Centre National d'Art et de Culture Georges-Pompidou. Praça Beaubourg

num espectáculo, mas o espectáculo transformou-se em ficção. Falamos aqui de Vicente Verdú (2003)<sup>40</sup> que faz referência ao desenvolvimento global, apelidando-a de “*capitalismo de ficção*”. Ele identifica-o em dois eixos de construção ficcional, sendo eles a “*ficção cosmética*” ou seja, o plano de uma economia política de estetização do “*cosmos*” e a “*ficção mediática*”, reconhecida como uma grande operação para tomar o controlo da subjectividade social. Este pensamento poderá perfeitamente ser encontrado igualmente nas linhas de pensamento de Baudrillard (1981), no seu livro *Simulacros e Simulação*. Baudrillard fala-nos do real que é envolvido num imaginário e que passa a ser um *hiper-real*, “*produto de síntese irradiando modelos combinatórios num hiperespaço sem atmosfera*”<sup>41</sup>. Ou seja, Jean Baudrillard expressa a ideia de que vivemos numa cultura de *simulação*, uma realidade vivida segundo uma *simulação* que se relaciona com a era digital.

A propaganda de informação visual era a responsável pela criação de imagens mentais sobre as coisas. Desta forma, perante o universo das imagens, o sujeito passou a habitar numa *hiper-realidade*, na qual não consegue distinguir entre essa *hiper-realidade* e a realidade. Isto porque a própria realidade aparentava ser o que não era, fazendo com que o sujeito perdesse os seus referentes, deixando de existir a realidade original, dando lugar a uma hiper-realidade como que da própria realidade se tratasse.

*“Dissimular é fingir não ter o que se tem. Simular é fingir ter o que não se tem. O primeiro refere-se a uma presença, o segundo a uma ausência. Mas é mais complicado, pois simular não é fingir: (...) Logo fingir, ou dissimular, deixam intacto o princípio da realidade: a diferença continua a ser clara, está apenas disfarçada, enquanto a simulação põe em causa a diferença do “Verdadeiro” e do “Falso”, do “real” e do “imaginário””*<sup>42</sup>.

Na própria arquitectura está presente esta ideia de Baudrillard, relação que o próprio autor exemplifica com referência ao “*efeito Beaubourg*”, ou seja, todas as imagens de valores culturais são destruídas pela arquitectura exterior. Deste modo proclama-se uma *cultura da simulação* e da fascinação e nem sempre a da

<sup>40</sup> VERDÚ, Vicente – *O estilo do mundo: A vida no capitalismo de Ficção*.

<sup>41</sup> BAUDRILLARD, Jean – *Simulacros e simulação*, p. 8.

<sup>42</sup> *Ibidem*, p. 9 e 10.



produção e sentido. No ponto de vista de Baudrillard, Beaubourg é um trabalho de transmutação da cultura tradicional do sentido para a categoria aleatória dos signos, para uma terceira categoria de *simulacros*, semelhante à dos fluxos e tubos da fachada. É um *monumento de dissuasão cultural*. Estamos aqui perante uma encenação de museu que apenas serve para salvar a ficção humanista de cultura, proclamando desta forma a morte da cultura, e o luto cultural à qual as massas são chamadas.

O exame da “*ficção mediática*” como uma actividade semiótica que visa controlar a subjectividade, intervindo no próprio “*metabolismo de receptividade das produções culturais*”, encontra-se já no pensamento de Felix Guattari e Sueley Rolnick: “*Os media é uma espécie de barreira da linguagem que propõem continuamente modelos de imagem através da qual o destinatário possa conformar-se: as imagens de unidade, as imagens de racionalidade, imagens de legitimidade, imagens de justiça, as imagens de beleza, as imagens da investigação científica*”<sup>43</sup>.

Essa ideia parece ser coerente com a linha de pensamento que desenvolveu o filósofo e sociólogo italiano Mauricio Lazzarato<sup>44</sup>, para o qual as imagens, sinais e declarações são gerados por “*máquinas de expressão*” que obedecem a desenhos para criar mundos possíveis e aumentar o seu aparecimento. A sua tarefa consiste em anunciar a possibilidade de novos repertórios de vida e discutem a plausibilidade da sua implementação, a fim de gerar mutações da subjectividade e das sensibilidades base. O que é expresso não é avaliação ideológica da realidade, mas sim de incitações. “*A empresa não cria o objecto (mercadoria), mas o mundo em que o objecto existe. Ele não cria o sujeito (trabalhador e consumidor), mas o mundo em que o sujeito existe*”<sup>45</sup>.

No conceito de Lazzarato, as “*sociedades disciplinadas*”, organizadas pelo capitalismo industrial alteraram-se para as “*sociedades de controlo*”. Isto implica uma mudança de ostentação nas estruturas, através das quais, tal controlo é exercido. Desta forma, de um predomínio da disciplina social organizada a partir

---

<sup>43</sup> GUATARI, Felix; ROLNEY, Sueley - *Micropolítica. Cartografías del deseo*, p. 75. (Tradução do autor).

<sup>44</sup> LAZZARATO, Maurizio – *Por una política menor: Acontecimiento y política en las sociedades de control*

<sup>45</sup> *Ibidem*, p. 100. (Tradução do autor).



de um modelo de *biopolítica* que regula e modela os indivíduos e a população, passou-se a uma emergência da lógica de controlo de superfície gerada a partir de uma “*noopolítica*” que actua sobre uma sociedade que se reforma constantemente como “*públicos*”, que se sobrepõem ao indivíduo e à população. Portanto, já não se pretende controlar a individualização, mas sim, liberar e lidar com o “*público*” que se expande, multiplica e diversifica incessantemente, enquanto habitam em crescente diversidade dinâmica de acontecimentos.

A tarefa do sistema de dominação é aqui tida como uma detecção, reformulação e fidelização permanente destes “*públicos*”, levando-os a correr para novas subjectividades e correlações de sensibilidade.

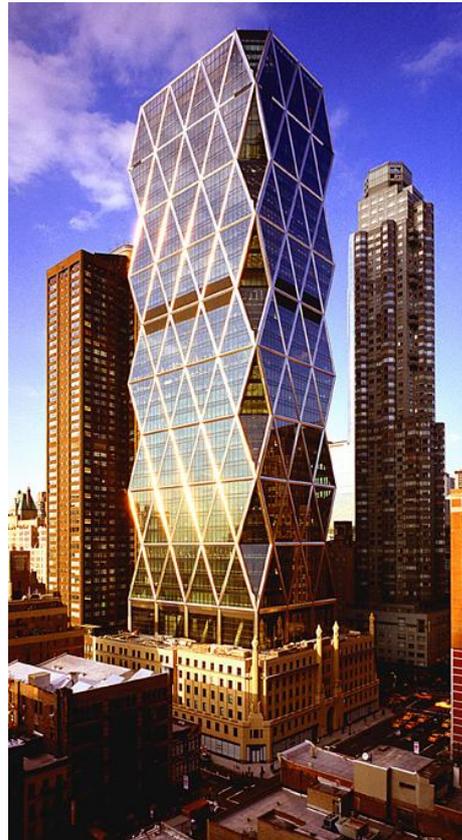
Depois desta breve contextualização, que nos remete para a ideia de “*público*” verificamos que a arquitectura também é movida pelos mesmos mecanismos. O “*público*” passa a relacionar-se com a forma de fazer arquitectura, visto ser desejo deste encontrar no espaço urbano um edifício espectacular em todos os aspectos arquitectónicos. Um bom exemplo desta manifestação no mundo da arquitectura é o próprio pensamento do arquitecto holandês Kas Oosterhuis. Sobre este assunto, podemos invocar o historiador e crítico de arte Hal Foster. Na revista espanhola *Arquitectura Viva*, Foster escreveu um artigo intitulado de “*Voces en vanguardia. Pequeño diccionario de ideas del diseño actual*”<sup>46</sup> onde cita uma declaração de Kas Oosterhuis: “*Nós os arquitectos devemos centrar-nos na estetização das emoções... Nós damos forma a fluxo de dados e esculpimos a informações*”<sup>47</sup>. No entanto esta manifestação não se coloca na arquitectura apenas do ponto de vista dessas “*esculturas*”, mas também ao nível das áreas do espaço metropolitano se criam outros espectáculos cujos protagonistas vivem com emoções contrárias que se movem entre a resignação e a resistência. Esta ideia vai de encontro com as observações de Sueley Rolnick no Brasil, aclamadas por Lazzarato: “*Falar de duas figuras subjectivas que constituem os dois extremos em que se articulam duas variações da alma e do corpo (...): o glamour*

<sup>46</sup> FOSTER, Hal – *Voces en vanguardia. Pequeño diccionario de ideas del diseño actual*.

<sup>47</sup> *Ibidem*, Letra D. (Tradução do autor).



**FIG. 3** Freedom Tower substituto do New York Trade Center.



**FIG. 4** The Hearst Tower Manhattan, New York, Norman Foster.



**FIG. 5** Edifício IAC, New York, Frank Gehry.

da “*subjectividade do luxo*” e a *miséria da subjectividade – resíduos*”<sup>48</sup>. Deste modo o que nos aclama Sueley Rolnick é que para a configuração da subjectividade não basta exaltar as novas imagens criadas, é necessário, também depreciar as anteriores. É aqui que entram em acção os meios de comunicação, detentores de acções difamatórias destinadas a “*coagir os usuários de que os produtos que já não são impulsionados para fazer com que deixem de usá-los, e usá-los para mostrar, ao mesmo tempo que canonizam novos standards do que é como deveria ser e que não é, como se fosse uma coisa de orgulho e auto-estima*”<sup>49</sup>. Como nos refere Moyano Alfonso Raposo (2007), na revista Electrónica DU&P, estes mecanismos são indissociáveis ao mundo da moda e parecem estar a começar a manifestar-se no mundo da arquitectura. Um bom exemplo disso mesmo é a cidade de Nova Iorque, que depois do 11 de Setembro, parece decidida a renovar a imagem do seu edifício principal. O constituinte institucional do processo urbano está empenhado em germinar formas de ícones arquitectónicos que denunciam o actual “*Star System*” projectual.

Desta forma, Zygmunt Bauman<sup>50</sup>, na sua análise alerta-nos que para compreender os “*canais*” por onde se movem as relações entre produção e consumo existe a necessidade de se libertar do conceito da própria “*necessidade*”. Ele explica-nos que o consumo e o consumismo não fazem parte do mundo da “*necessidade*”. O que move o espírito do consumidor é inconstante e efémero, fugaz e caprichoso e principalmente não referencial. Desta forma, depois do “*desejo*” inicial esgotar a sua vida útil, existe a necessidade de criar um novo e melhor estimulante, que seja inconstante para que possa manter a aceleração da procura a par da crescente oferta.

Assim sendo, podemos concluir, tal como nos expõe Moyano Alfonso Raposo<sup>51</sup>, que ambas as disciplinas em estudo manifestam a marca da sociedade de consumo e a cultura do espectáculo. A imersão da arquitectura na imagem espectacular tem vindo a ser tema de discussão na crítica da arquitectura, assim

---

<sup>48</sup> LAZZARATO, Maurizio - *Por una política menor: Acontecimiento y política en las sociedades de control*, p. 105. (Tradução do autor).

<sup>49</sup> BAUMAN, Zygmunt – *La Sociedad Sitiada*, p. 182. (Tradução do autor).

<sup>50</sup> Sociólogo que explorou com mais radicalidade a sociedade de consumo.

<sup>51</sup> RAPOSO, Moyano Alfonso – *Analógica 2: El fenómeno fashion en la Arquitectura*.



como na crítica cultural actual sobre a arquitectura dos nossos dias. Começou-se a gerar uma ruptura por parte da expressão e da intenção arquitectónica, devido à colocação das edificações ao serviço da espectacularidade comercial onde esta se apresenta comprometida com os preconceitos gerados pelo vector dominante da economia do consumo. Mas, sobre este assunto, talvez Neil Leach nos possa esclarecer melhor, visto ter sido o arquitecto e teórico que mais se debateu contra o desenvolvimento das estratégias de destruição dos estatutos conservadores da estética arquitectónica anterior. No seu livro *A Anestésica da Arquitectura*, Neil Leach (1999), denuncia a “*anti-estética*”, ou seja a anestesia estética, gerada pela saturação da imagem da cidade e pela inclinação de espectacularidade propagandista que governam a nova presença de edifícios urbanos. Ao mesmo tempo que nos alerta dos efeitos anestésicos que esta situação desenvolve na consciência crítica de questões políticas e sociais da cidade e da vida urbana desde que Rubert Venturi convidou os arquitectos a aprender a partir de “*Las Vegas*”.

Sobre os efeitos anestésicos da espectacularidade do edifício urbano, também Edward W. Soja expressou a sua opinião no livro *Postmetropolis: critical studies of cities and regions*. Edward W. Soja (2002) onde efectua um estudo sobre os processos que estão a configurar uma nova ostentação das “coisas” urbanas que ele denomina por “*postmetropolis*”. Ao identificar as “*forças*” que estão a impulsionar a mudança da cidade, ou seja, a sua organização em torno da produção, a sua reconfiguração como organização em torno do consumo, reconhece-lhes um efeito de (re) modelação do nosso imaginário urbano. No seu conceito, estes imaginários são criados a partir de mapas cognitivos da realidade urbana e das malhas interpretativas que sobre eles se fazem, que nos permite situar as nossas experiências, supera-las e tomar decisões para agir, em lugares, espaços e comunidades onde vivemos.

Desta forma, as características “*urbano-cêntricas*” da nossa consciência começam a ser reconstruídas sob os impulsos ideológicos do consumo, afectando as nossas vidas diárias. A arquitectura e a urbanística são conhecidas pela sua capacidade de criar a paisagem do edifício devido à sua arbitrariedade morfológica que exerce a sua presença no presente, visto ter o poder de acolher a



subjectividade conforme os imaginários, para além de constituir grande parte da base da consciência e identidade do sujeito.

Na análise de Moyano Alfonso Raposo, “*o fenómeno de moda*” na alta-costura é criado, inevitavelmente, por estratégias de marketing, que actuam sobre um esquema de acções que impulsionam interacções que articulam os processos do consumo (consumismo top) com processos de produção (marcas e designers top). Estes processos que constituem a estratégias de marketing confirmam um mercado onde assentam jogos de processos sistémicos originários da estrutura cultural da sociedade. Um desses processos é o desenvolvimento do “*luxo*”. A “*moda*” de alta-costura apresenta-se como uma prática inerente à “*cultura do luxo*” associando-se com o *ethos* épocal da “*cultura pecuniária*”.<sup>52</sup>

Para que seja possível uma representação luxuosa, são geradas e organizadas ofertas em torno do desenvolvimento de “*Marcas top*” onde existem órgãos de inteligência técnica e emocional que desenvolvem estratégias de projecto que abrangem toda a vasta gama de produtos do sistema de objectos da indumentária, assim como os edifícios das entidades corporativas e as paisagens edificadas da arquitectura das cidades competitivas de categoria mundial.

Desta forma, ao seguir o raciocínio de Moyano Alfonso Raposo<sup>53</sup>, podemos identificar um desenvolvimento de uma moda arquitectónica ao serviço da representação de luxo da personalidade corporativa das grandes entidades. Um bom exemplo da expressão desta característica no mundo da arquitectura são as edificações emblemáticas estabelecidas como sedes de comando empresarial e de gestão bancária e financeira. Isto exprime-se devido à superioridade funcional do edifício e à sua inteligência operacional, pois os simbolismos da representação institucional privada elegem posições do espaço público apropriando-se de pontos de destaque dos espaços urbano de alta valorização social e económica. Aqui podemos intitular, novamente, a linha de pensamento de Baudrillard, onde a moda arquitectónica parece resultar da *simulação*. Ou seja, cria-se uma competitividade, gerando concentrações de edifícios que entram no mundo de uma representação de *hiper-realidade*. É um género de arquitectura essencial na prática de

---

<sup>52</sup> Assentada na competição pela ostentação e luxo e na efemeridade.

<sup>53</sup> RAPOSO, Moyano Alfonso – *Analógica 2: El fenómeno fashion en la Arquitectura*.



arquitectura, ou seja a “*arquitectura corporativa*”, a geradora dos *bright buildings*. Estes aproveitam-se do horizonte da paisagem urbana e constroem os principais novos marcos da atenção cidadina. Falamos aqui de um edifício icónico. Estes edifícios implantam uma “arquitectura” voltada para a aura monadológica<sup>54</sup>, tendo na sua corporalidade um valor de presença transcultural. Neste contexto, na prática arquitectónica, o projecto exige uma maneira específica de pensar e de produzir.

Nas configurações urbanas e edificadas que funcionam como “*centros de negócios*” ou “*ciudades empresariais*”, podemos também identificar uma moda top que faz parte da diversificação e especialização funcional dos centros urbanos. À medida que se desenvolveu o turismo e a “*indústria cultural*” associada ao consumo cultural da memória histórica e da arte, especialmente das artes plásticas, deu-se ao mesmo tempo o desenvolvimento de uma moda da arquitectura baseada em estatutos de luxo originária dessas mesmas actividades. Para uma melhor compreensão deste sistema, será necessário pegar na organização da lógica do “*marketing urbano*” e, seguindo a sua linha de raciocínio, é possível caracterizar uma ressemantização das cidades através de grandes operações compostas de recuperação patrimonial dos seus centros artificiais históricos e a formação de novos centros urbanos para instalar edifícios da última geração. Este processo parece recordar a formação das “*SimCities*” referenciadas por Edward W. Soja na sua visão *Postmetrópolis*, principalmente quando nos faz referência aos cenários urbanos dos Estados Unidos. Mas, como parece estar a acontecer nos Estados Unidos da América, será importante referenciar que estes processos em grande escala também estão a ocorrer nas grandes cidades do capitalismo terciário e quaternário asiático.

Se fixarmos a nossa atenção nos processos produtivos do mundo da moda, ou seja, olharmos para o mecanismo de organização produtiva que a “*moda*” exerce, deparamo-nos com um conjunto de actores sociais organizados em torno

---

<sup>54</sup> Vem de mónada e significando de um modo geral o elemento mínimo e indivisível da realidade, o termo foi usado com diversos significados, por vários filósofos, especialmente G. Bruno e Leibniz, autor de uma Monadologia e pelo Jainismo indiano. Cf. *Verbo: enciclopédia luso-brasileira de cultura*, vol. 13 p. 1168.



da prática de um bom design, que concebem e criam propostas articuladas a um sistema de espaços comunicacionais, assim como de práticas publicitárias, que afluem ao mercado.

Pierre Bourdieu, no seu livro *Questões da Sociologia*, apresenta-nos um capítulo intitulado *Alta costura e Alta cultura*, dedicado à expressão da caracterização da estrutura produtiva da “*moda*” da indumentária. Na sua abordagem Bourdieu caracteriza a moda como sendo concebida como um campo de jogos, campo esse que incorpora as pessoas e instituições que desenvolvem a aprendizagem do jogo e as regras que perfilam as transgressões. Neste ambiente, os jogadores competem, procuram estabelecer posições de poder que permitam consolidar a acumulação de capital financeiro e de “*capital específico*” nas tabelas de avaliação e recepção cultural do produto. As posições dominantes serão as que irão estabelecer as “*estratégias de conservação*” desse poder, consolidando-se como uma marca de prestígio. No entanto, para alcançar e integrar a presença neste campo, é necessário desenvolver “*estratégias de subversão*” que alteram os aspectos de avaliação e apreciação, abrindo descontinuidades que permitam outras formas de inserção. Neste contexto Bourdieu analisa duas composturas destes aspectos da alta-costura. Por um lado temos as estratégias de conservação onde é dada primazia ao “*luxuoso, exclusivo, prestigiado, tradicional, refinado, selecto, equilibrado e duradouro*”<sup>55</sup> e, por outro lado, as estratégias de subversão onde são avaliados o “*super-chique, kitsch, humorístico, simpático, divertido, brilhante, livre, entusiástico, estruturado, funcional*”.<sup>56</sup> Desta forma será possível identificar estratégias mistas que adoptam elementos de um e de outro lado do campo de jogo.

Em relação à arquitectura se olharmos para o seu domínio disciplinar e tentarmos identificar um “*fenómeno de moda*” na geração e prática da projecção arquitectónica, tal como ocorre no domínio do vestuário, teremos que nos localizar na formação de rituais. Neste ponto de vista, como é evidente, em todos os domínios da cultura desenvolvem-se ritos congregacionais em que as principais entidades institucionais exibem o que são capazes de fazer e avaliam a apreciação

---

<sup>55</sup> BOURDIEU, Pierre – *Questões da sociologia*, p. 208 e 209.

<sup>56</sup> *Ibidem*, p. 209.

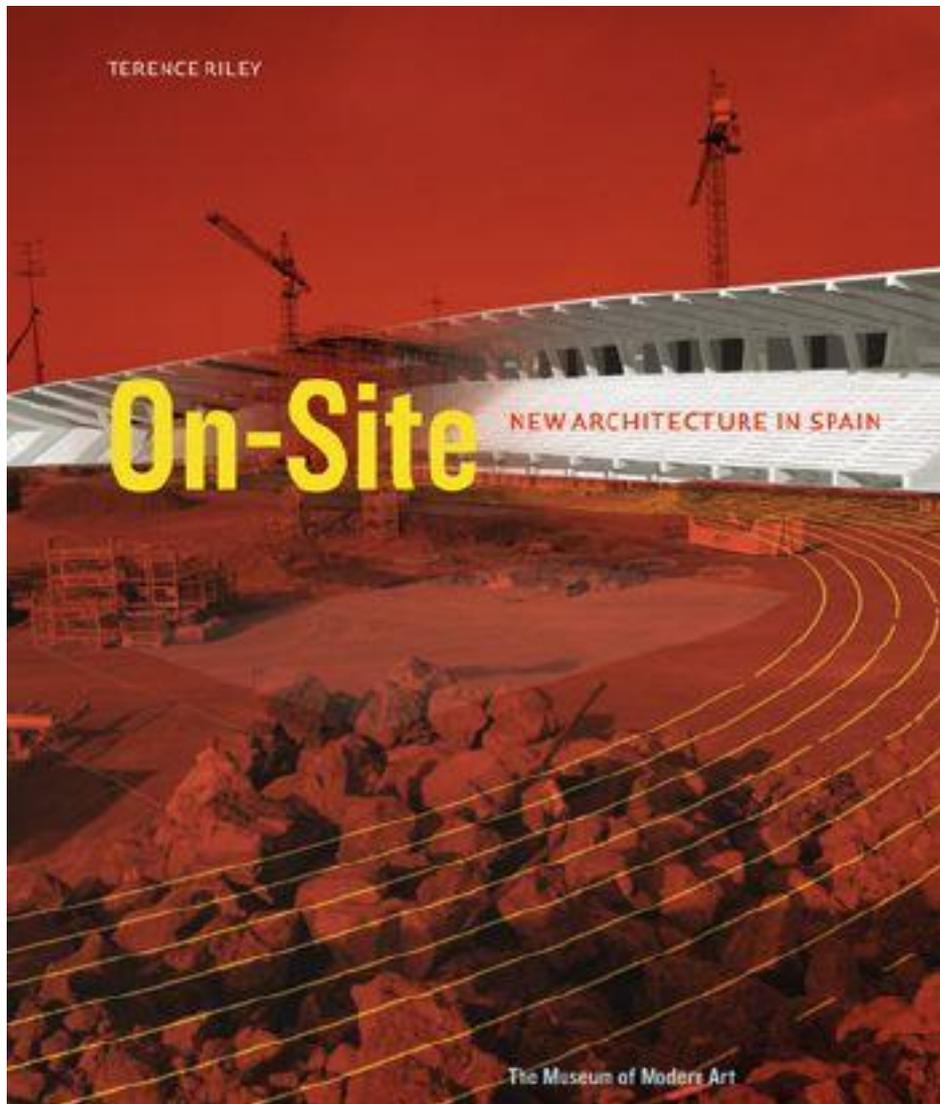


FIG. 6 *On site: New Architecture in Spain.*

e recepção dos seus projectos.

Assente nestas bases, apresentam-se reconhecimentos recíprocos que confirmam as suas posições no contexto das duas práticas. Deste modo, e tal como nos refere Moyano Alfonso Raposo, a arquitectura tem também, tal como a “*moda*” da alta-costura, os seus espaços de exposição, contando com espaços bienais e prémios internacionais, para além do reconhecimento da sua presença nos “*templos*” da arte contemporânea. Contudo, para um esclarecimento mais preciso, passaremos a citar um exemplo relativamente próximo, ou seja, entre 12 de Fevereiro e 1 de Maio de 2006 foi apresentada no Museu de Arte Moderna de Nova Iorque MoMA, a exibição “*On-site. New Architecture in Spain*”. Nele foram expostas obras recentes de arquitectos espanhóis tais como as obras realizadas em Espanha por arquitectos de outros países. Apresentavam-se aqui os principais escritórios e personalidades prestigiadas do projecto arquitectónico. Nomes como Herzog & De Meuron, Jean Nouvel, Peter Eisenman, Zaha Hadid, David Chipperfield, Dominique Perrault, Toyo Ito, Álvaro Siza, Rafael Moneo, Baldebeg Navarro Juan Mansilla e Tuñón são aqui “*vistos*”.

Paralelamente a esta exposição, apresentou-se uma outra mostra, com obras actuais de todo o tipo de escala, que representavam os principais escritórios de arquitectos de todo o mundo. Entre eles estavam expostas obras de Chipperfield, Eisenman, Gehry, Koolhaas, Hadid, Herzog & de Meuron, Toyo Ito, Mayer, Thom Mayne, MVRDV, Jean Nouvel, Richard Rogers, Dominique Perrault, Sejima e Nishizawa, Álvaro Siza. Para além de serem apresentadas obras já realizadas, foram expostas também projectos ainda a serem definidos como projectos concluídos. Desta forma, estes exemplos manifestam rituais espectaculares, para além de serem uma maneira de formar um culto “*star-system*” por parte dos protagonistas.

Sobre este aspecto, podemos fazer referência ao livro *Architecture: in Fashion* onde é expresso o princípio fundamental ou *arrière garde*, da arquitectura de *haute couture* como o design de vestuário, que se baseiam na concepção, assinaturas ou estilos para garantir a sua autenticidade. A partir da incisão do nome do arquitecto a “*assinatura do edifício*”, a historiadora cultural Hélène Lipstadt analisa as regras da assinatura do designer na marca de construção como



arquitectura na sua conferência, “*The Signatures on the Building: Propositions for a Method of Comparison of Architecture and Fashion using Pierre Bourdieu’s analysis of the Griffes*”. Apropriando-se do conceito de Bourdieu de “*symbolic magic*” Lipstadt argumenta que a moda não pode ser compreendida como “*field*” onde as transformações simbólicas ou alquimia social ocorrem por meio de imposições da assinatura, ou *griffe*. A *griffe*, a etiqueta do designer, originalmente refere-se à marca das garras de um animal. Ela actua como situação e instrumento de uma transubstanciação, que, sem mudar a qualidade física de um objecto, altera radicalmente o seu papel social. Assim, por envolver a sua participação na produção do valor da *griffe*, a sua assinatura definitiva ou estilo identificável, é o que cria a arquitectura como tal. Lipstadt investigou as homologias entre a profissão de arquitectura e *haute couture*, desta análise notou que os dois se situam entre os campos da economia e simbólico/artístico, que eles têm semelhantes condições de produção – trabalho de equipa, uso de um modelo, etc., e semelhantes condições de consumo, em que a distinção do produto original é desperdiçada através da difusão. O uso permanente de designers para promover vestuário pode ser visto como uma extensão do processo pelo qual a assinatura do arquitecto actua como responsabilidade legítima garantida, propriedade intelectual, ou estatuto artístico. Em vez de apropriar-se da aura do edifício, essa propaganda, empresta o “*nome*” do arquitecto da moda, que se irradia para o vestuário, distorcendo ou exagerando a acção do fetiche da mercadoria.

### **Construção de Espaço, Imagem e Identidade**

Com a chegada da modernidade os discursos críticos de espaço multiplicaram-se de tal forma que o filósofo Michel Foucault (1987) apelida-a de “*A época do espaço*”<sup>57</sup>. O espaço é consumido e comercializado, ordenado segundo as polaridades do idealismo e do materialismo que dominavam a compressão ocidental do mesmo. Os discursos críticos de moda e de arquitectura acabaram por cair também nas graças dessa experiência pois passam a lutar por

---

<sup>57</sup> FOUCAULT, Michel – *Of Other Spaces*. p. 22-27.



um planeamento de operações visuais e materiais que pudessem criar uma sensação de “*lugar*”. Desta forma, a arquitectura e a moda começam a estabelecer um diálogo com a paisagem urbana, dotando-a com a capacidade de se comunicar numa linguagem visual. O papel destas duas disciplinas como mediadoras do espaço urbano vai mais além dos seus limites materiais, revelando a sua capacidade de estabelecer novos sistemas e práticas no ambiente construído. Ao partilhar o conceito de símbolo, ou seja, a capacidade de comunicarem através da linguagem visual transmitindo imagens que traduzem memórias, histórias, pensamentos e ideais de formas específicas. As manifestações expressas pelas duas disciplinas (vestuário e o edifício) assumem um papel de mediadores dentro do espaço urbano. Através da busca incessante por um diálogo com a envolvente construída, ou seja, a procura de uma imagem que dialogue com ele mesmo, conseguirá encontrar uma integração e interacção entre os diferentes agentes que convivem dentro do espaço. Mas neste sistema comunicativo é necessária, sempre, a presença de um público, que olha e que deve ser olhado, sendo sempre necessária a sua presença visto ser este que descodifica as imagens criadas. As pessoas assumem um papel de protagonistas no momento de criar o objecto que, neste caso específico, são os edifícios e o vestuário.

Sendo a imagem parte de um todo dinâmico e harmónico e sendo o vestuário a expressão que pretende representar uma imagem, este representa algo, transmite importantes informações em relação à idade, ao sexo, ao grupo étnico que o indivíduo pertence, ao seu grau de religiosidade, de independência, originalidade ou excentricidade, assim como a sua concepção da sexualidade e do corpo, ou seja, actua como uma radiografia do esquema social. No que diz respeito à arquitectura, esta também procura a aprovação de uma obra arquitectónica, mas sobre tudo exerce um papel muito importante na imagem do edifício na cidade, a descodificação realizada pelas pessoas que ali convivem representa nelas um sentimento de identificação e de presença, sendo desta forma, o edifício, o representante de algo.

Neste sentido, sabendo que quer a moda quer a arquitectura representam uma imagem, ela inevitavelmente vai ser sujeita a uma análise, a forma pela qual o objecto interage e convive dentro da sua envolvente. Iremos deste modo,



**FIG. 7** *Remote Control Dress*, Hussein Chalayan.

debruçarmo-nos naqueles que encaram a envolvente como um sistema dentro do qual convivem e interagem diferentes estruturas que pretendem abrigar e proteger as pessoas, o que neste estudo em concreto representam os edifícios e o vestuário. Partindo de um exemplo da moda, podemos referenciar o designer de moda Hussein Chalayan. Este adere aos princípios arquitectónicos e trabalha utilizando as suas proporções. Ao mesmo tempo que interpreta as roupas como estruturas individuais, procura discernir o significado através das estruturas colectivas da sociedade e da cultura material. A sua visão consiste em integrar totalmente as roupas com a sua envolvente, fornecendo-nos um conhecimento completo dos diferentes ambientes e dos diferentes factores que os criam. Na sua colecção *Remote Control Dress*<sup>58</sup>, Chalayan explora a maneira que a forma do vestuário pode evoluir em torno do corpo numa relação espacial com a sua envolvente. A ideia que ele pretende transmitir é que o vestuário pode transformar-se em invisível através da sua envolvente. Uma força tecnológica entre a envolvente e a pessoa. Esta inovação aumentou o potencial da moda para poder interagir e comunicar com outros sistemas, através da tecnologia de transmissão de rádio, os sensores colocados nos edifícios recebem informações de estímulo, estão programados para detectar e, por sua vez, podem estar conectados aos sensores que o vestuário contém. Aqui o vestuário é concebido como uma máquina interactiva para a cidade que se vincula com os edifícios assim como com o público, o estímulo da relação com o espaço público deve-se à injeção das experiências pessoais dentro do que pode ser uma envolvente severa, anónima. Chalayan mostra que a mecanização da moda no corpo e a integração da roupa dentro de um sistema tecnológico maior produz uma nova gama de práticas, possibilidades e estéticas, eliminando alguns dos limites que separavam a moda do corpo da arquitectura que o rodeia.

No que diz respeito à arquitectura, quando se realiza uma intervenção urbana, deve-se ter em conta não apenas a materialidade, as proporções, as escalas, as morfologias e a envolvente arquitectónica, mas também outras grandes variedades de condições, como o público que irá recorrer a essa edificação, as

---

<sup>58</sup> QUINN, Bradley – *The fashion of architecture*.



**FIG. 8** Centro Kursaal, San Sebastián, Rafael Moneo.

funções que desempenhará, os espaços públicos circundantes, a trama urbana, as coisas tangíveis e intangíveis. Não é possível procurar modelos arquitectónicos para serem imitados porque a diferenciação das situações e a heterogeneidade urbana provocam outro tipo de procura.

A cidade é considerada, segundo Sónia Berjman, como um fenómeno cultural por excelência: plural, colectiva, temporal, heterogénea, diversa, e em continua construção e transformação. Sem algumas destas características, perde a sua riqueza, a sua atracção e o seu valor, perdendo deste modo a sua própria vida. O público e o privado são dois elementos opostos e complementares que fazem a essência da cidade: sem um o outro morre e portanto a própria cidade desaparece. Outros opostos complementares urbanos são os cheios e os vazios, a multidão e a solidão, o antigo e o novo, o móvel e o imóvel, a cor e a ausência, o ruído e o silêncio, o tangível e o intangível. Todos e cada um deles existem pela sua relação com o outro e com o homem.<sup>59</sup>

Os seres humanos necessitam estruturar a vida numa paisagem que equilibre a cultura e o natural, por isso os espaços verdes oferecem um âmbito insubstituível para o desenvolvimento humano integral. Na paisagem reúnem-se os termos de criação natural e artificial. Os espaços verdes públicos são os remansos que nos permitem habitar harmonicamente na cidade. São o ponto de encontro, da cor e da vida e por serem construídos por matéria biologicamente viva oferecem-nos situações de trocas contínuas que equilibram a perdurabilidade da edificação urbana.

Mas para uma melhor compreensão deste tipo de abordagem ao espaço urbano tomaremos como exemplo o Centro Kursaal, San Sebastián (1990-1999) do arquitecto Rafael Moneo<sup>60</sup>, onde a sua procura da ideia de projecto foi iniciada a partir da consonância com a envolvente conseguida de tal modo que o edifício é comparado com duas grandes rochas encalhadas na foz do rio Urumea, entendido como um “*accidente geográfico*”, não pertencem à cidade, são parte da paisagem e manifestam-se como volumes autónomos isentos. Em relação à envolvente, tem uma imagem claramente diferenciada dos edifícios que o rodeiam, mas sem entrar

<sup>59</sup> ALUSTIZA, Jimena – *Arquitectura y moda. Formas de arte publico*, p.7. (Tradução do autor).

<sup>60</sup> “El Croquis” – *Rafael Moneo 1995-2000*, vol. 98, p. 88-119.



em conflito com eles enquanto volume ou altura, destacam-se na sua envolvente mas sem se opor ela. Os volumes cristalizados ancorados na areia são vistos como um marco na paisagem que não se designa, no entanto, faz um diálogo respeitoso com a cidade e com a envolvente, interliga o edifício com o resto dos marcos naturais. Os cubos não são cubos, mas figuras, uma superfície opaca, com vidro canelado e contínuo, mas com um carácter claramente ornamental.

Segundo este tipo de abordagem, o projecto deve ser planeado a partir do conhecimento profundo do espaço urbano a intervir, da história da gente que convive junto do edifício, ajudando-os, mediante o objecto arquitectónico, na luta por definir o seu território, ou seja, “*o seu lugar*”. Deve-se implantar tipologias, tecnologias, cores, formas, soluções climáticas, relacionadas com a idiosincrasia<sup>61</sup>, com a criação de conceitos que formem parte da “*memória colectiva*”.

O espaço urbano é uma narrativa de pessoas ligadas entre si, dentro da envolvente construída enquanto lutam para definir o território em torno delas, está subjacente a um conjunto de relações entre objectos, produtos e intangíveis, tal como o estilo e gosto, numa combinação surreal de fantasia e mercantilismo. A artificialidade, a fragmentação e transitoriedade comum dos espaços urbanos são, paradoxalmente, os elementos coesivos que as ligam. O espaço é revelado para ser híbrido, heterogéneo, adaptável e acumulativo, ecoa a mutabilidade que a moda e a arquitectura assumem como existência mútua.

O lugar público, o objecto ideológico do espaço urbano sugere uma transparência de informação. Os “*lugares*” urbanos são organizados como espaços significantes que atraem ou repelam um público, que transmitem significados através de acontecimentos e rituais realizados neles. Nas cidades modernas, as áreas públicas e os espaços abertos funcionam, frequentemente, em justaposição com finalidades não previstas, fragmentando interações urbanas ou projectando habitués indesejados. Isto torna-se especialmente evidente nas zonas de sustentação de lazer, desporto, compras e transportes, que são interpretados como

---

<sup>61</sup> A.I. opõe-se ao estado de imunidade e de sensibilização e geralmente é específica, monovalente ou polivalente. Pode representar uma manifestação de anafilaxia cuja fase de sensibilização tenha sido ignorada. Cf. *Verbo: enciclopédia luso-brasileira de cultura*, vol. 10, p. 821.



“*não-lugares*” por Marc Augé.<sup>62</sup> *Não-lugar* são muitas vezes os espaços de transição de predomínio urbano, áreas que facilitam o movimento dos corpos, bem como o constante fluxo de informações dentro e à volta do espaço urbano. Além de aumentar a acessibilidade da informação, também mantém o controlo social e a mercantilização do tempo através de sistemas automatizados. Dentro de um mundo apoderado pelas multinacionais, as comunicações multiplicam-se e as distâncias virtualizam-se, a cultura do *não-lugar*, do desapego e de uma identidade universal começa a crescer. A arquitectura não respeita fronteiras, nem tradições, nem recursos naturais e surge como resultado de um pensamento internacional. O fluxo de tráfego humano nestas áreas é essencial para autenticar o comércio e a comunicação, para além de designar os *não-lugares* como espaço onde as trocas visuais da vida moderna são transaccionadas. A arquitectura desses espaços é geralmente planeada tendo sempre em mente medidas de segurança, e aumenta a sensação de visualidade através da presença de ecrãs, portais, interfaces e outros modos digitais. Os “*não-lugares*” desafiam a nossa forma de pensar sobre o espaço, reflectindo o fenómeno identificado por Michel Foucault como “*heterotopias*”. Desta forma, com os conceitos de espaço reconstituído, as heterotopias são lugares que parecem ser incongruentes ou paradoxais, locais que medeiam as práticas socialmente e, muitas vezes transgridem e facilitam uma sensação de perigo e desafio. Lugares como parques, teatros, galerias, museus e bibliotecas são projectados com o objectivo de atingir a perfeição visual e funcional absoluta, normalmente baseados num modo de melhoria social ou sensibilidade estética. As heterotopias são construídas como espaços que são simultaneamente míticos e reais, incutidos com elementos do espaço ficcional e espaço material.

Com a introdução dos circuitos fechados de televisão (CFTV), nos anos 80, os movimentos dentro dos edifícios são constantemente examinados e conectados a uma base de dados central, 24 horas por dia, permitindo aos ocupantes sentirem-se protegidos pela vigilância tecnológica, sem se aperceberem que nunca escapam à sua contemplação perpétua. Desta forma, o alcance das capacidades de vigilância nos centros urbanos reflecte um crescimento exponencial ao longo das

---

<sup>62</sup> AUGÉ, Marc – *Não-Lugares: introdução a uma antropologia da sobremodernidade*.



FIG. 9 Vista aérea do Panóptico de Jeremy Bentham.

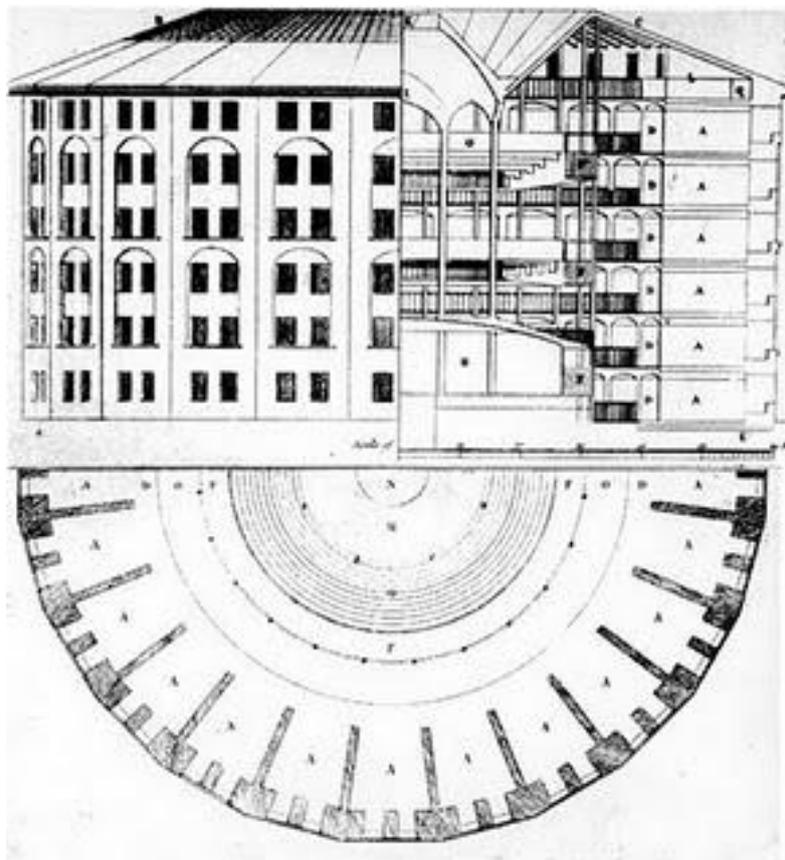
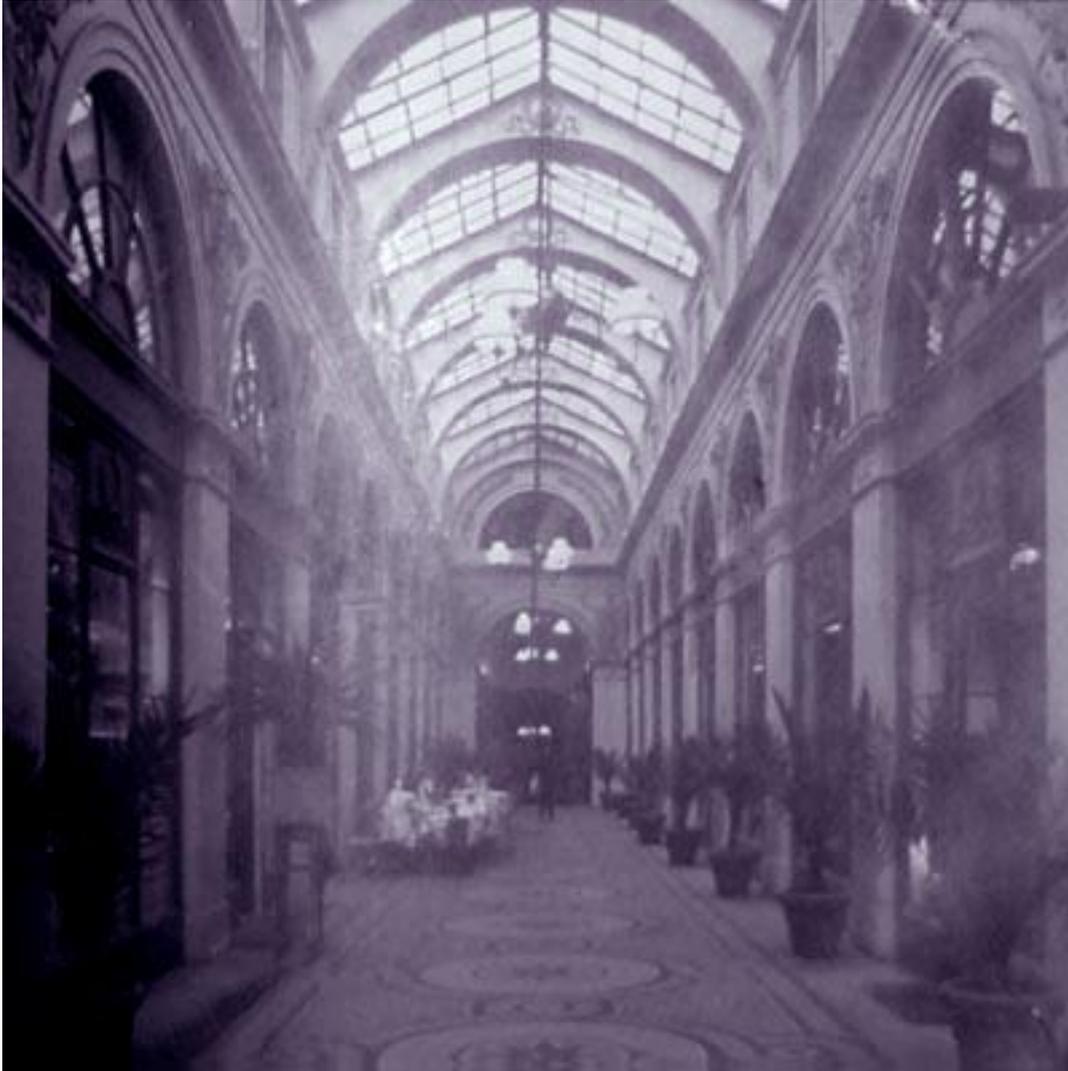


FIG. 10 Secção vertical e horizontal do modelo Panóptico.

principais cidades do mundo. A vigilância reescreve as regras da vida pública e privada, as distinções entre o colapso interior e exterior. Enquanto as superfícies exteriores significam a iconografia visual ou de tempo, o domínio interior representa o que é negado à vista gerando fantasias de inclusão e exclusão, conhecimento e poder, uma vez que facilitam a transmissão de informação e comunicação no espaço urbano. A existência de vigilância implica que a visualidade seja promulgada dentro dela, que nenhum facto possa ser incessantemente escondido da vista. O sistema da moda tem como premissa a visualidade, um conceito essencial para o consumo de moda, mas muitas vezes subestimado em interpretações da mesma. Como o teórico cultural Irit Rogoff explica: “*Nós interagirmos activamente com imagens de todas as arenas para refazer o mundo na forma das nossas fantasias e desejos e para narrar as histórias que carregamos dentro de nós.*”<sup>63</sup>. Visualidade não é o mesmo que visão: ela ocorre quando o media visual e as percepções sensoriais se cruzam, onde o olhar encontra o desejo. Deste modo a visualidade moderna descreve o olhar, pressupõe transparência, embora admita que todos os eventos que ocorrem dentro do domínio público são reais e acessíveis a todos os telespectadores. O controlo dos meios de visualidade transmitem poder, e o conceito de vigilância permite à moda e à arquitectura partilhar este poder entre elas. Além do seu papel estético, a arquitectura compromete-se com o visual sendo mediada pela sua capacidade de esconder e revelar, para ocultar e mostrar. Da mesma forma, a moda é uma forma de mascarar dentro de um sistema de transposição das imagens de dentro do olho, revelando e ocultando, parte realidade, parte ilusória. Para Foucault, todas as expressões espaciais de poder invocam princípios de visualidade, em formas concebidas para dar absoluto domínio de vigilância grátis. Foucault considera o espaço em termos da sua demarcação por estruturas de poder, em última análise, alinhado com as estruturas jurídicas da sociedade. Ele encontrou a sua expressão concreta no modelo de “*panóptico*” de Jeremy Bentham, projectado em 1786, que Foucault considera como uma encarnação do discurso arquitectónico que chamou de “*panoptismo*”. Foucault reintroduziu o panóptico para a discussão crítica,

---

<sup>63</sup> ROGOFF, Irit – *Terra Infirma: Geography's Visual Culture*, p. 30. (Tradução do autor).



**FIG. 11** *The Arcades Project*, Paris, Walter Benjamin.

insistindo que ele serve como um modelo para a construção do poder na “*sociedade disciplinar*” da nossa era.<sup>64</sup>

O desejo relatado anteriormente vai de encontro com a construção de *espaços de moda*, onde é emoldurada por um tipo de arquitectura que eleva os produtos de moda para um espaço e onde tem a capacidade de filtrar “*públicos*” indesejados. Falamos aqui da arquitectura de *Retail*, que é o “*filtro*” que proporciona meios para a moda gerir o espaço e construí-lo numa imagem duradoura de desejo. Com a revolução dos novos media da década de 1990, a arquitectura de *retail* foi remodelada como interactiva, espaços para eventos de entretenimento destinados a gerar uma forte identidade de marca e experiências dinâmicas entre os consumidores e as roupas.<sup>65</sup> *Os Lugares de moda*, na sua imagem criativa, espelham-se nestes ambientes de retail e formam ligações efémeras entre eles. Na sua análise do espaço, Henri Lefebvre escreveu que, “*o espaço social é um encontro, a montagem, a simultaneidade (...) espaço social implica a montagem real ou potencial num único ponto, ou em torno desse ponto*”<sup>66</sup>. Aplicada aos *espaços de moda*, o modelo de Lefebvre destaca os mecanismos de auto-organização territorial e as transformações típicas da arquitectura, e o seu papel na construção da classificação de tais espaços. Os espaços públicos estão cada vez mais a ser reconfigurados para incorporar unidades de *retail* e os centros urbanos começam a caracterizarem-se como proliferação de marcas de moda e logótipos de marcas fixas em edifícios, propagandas e sacos de compras. A arquitectura de *retail* começa a remarcar o espaço urbano.

A capacidade que a moda tem para moldar o espaço urbano não é um fenómeno recente: o fascínio de Walter Benjamin pela realidade urbana levou-o explorar as actividades sociais, como os *shopping*, mergulhando no ambiente que os sustentava. Apesar de inacabada, a sua notável obra *Arcades Project* (1927-1940 *Passagen werk*) actualizou as funções de espaços públicos assim como os de privados, articulando a sua importância para a moda, a arquitectura e o papel do consumo na construção da identidade. Benjamin foi rápido a identificar a natureza

<sup>64</sup> FOUCAULT, Michel- *Microfísica do poder*.

<sup>65</sup> QUINN, Bradley – *The fashion of architecture*.

<sup>66</sup> LEFEBVRE, Henri – *The production of space*, p. 101. (Tradução do autor).



porosa da arquitectura urbana, observando que as actividades comerciais sofreram colapso nos limites entre o mundo interior do espaço privado e o mundo exterior do espaço público. Na sua experiência de cidade, Benjamin identificou muitos dos paralelos entre a moda e arquitectura, que geraram as representações do espaço. Ele considerava a arquitectura urbana como um conjunto amplo e complexo de objectos, pessoas e eventos - todos unidos pelos costumes do capitalismo - capazes de transformar as orientações possíveis para a vida como contribuir para as práticas sociais. Superlativos arquitectónicos tornaram-se uma necessidade comercial, com ambientes de *retail* projectados para gerar identidades espectaculares, mantendo movimentação da economia de mercado para criar espectáculo.<sup>67</sup> Desta forma uma consciencialização corporativa do potencial mercantil e publicitário da arquitectura permitiu uma vontade de renovação estética dos estabelecimentos comerciais, com o objectivo de que o seu espaço de venda reflecta o estilo de vida, promovido pela marca, tentando assim suscitar um maior interesse por parte do público. Com a incessante submissão da sociedade no mundo da imagem, dos *mass media* e da troca de capital, surge uma arquitectura consciente ao serviço do comércio. Os *shoppings* tornaram-se cada vez mais um elemento crucial na formação da identidade social e do estilo de vida.

Arquitectos como Rem Koolhaas estão a redefinir a paisagem do *shopping* e a repensa as identidades daqueles que o habitam e o significado dos shoppings na cultura material. Essa mudança de identidade estende-se ao próprio papel dos arquitectos. No seu manifesto *Move*, arquitectos Ben van Berkel e Caroline Bos declaram que “o arquitecto irá ser o estilista do futuro” - um movimento para a arquitectura tornado mais populista e menos elitista.<sup>68</sup>

Segundo Bradley Quinn, a década de 1990 testemunhou mudanças significativas nas estratégias de negócios da moda, que surgiu como *casas de moda* de prestígio que foram conseguidas através de conglomerados de *retail* global. O ambiente de *retail* de moda tornou-se cada vez mais materializado por iniciativas de marketing para criar identidades de marca forte, com apelo global. Conscientes do papel da arquitectura na formação da consciência dos consumidores, magnatas

---

<sup>67</sup> Apud QUINN, Bradley – *The fashion of architecture*.

<sup>68</sup> Apud *ibidem*, p. 40. (Tradução do autor).



**FIG. 12** Interior da Loja de Issey Miyake, New York, Frank Gehry.

do novo negócio de moda forjavam um diálogo estético entre a arquitectura de *retail* e alta moda. O novo mercado criou directamente mudanças de percepções de luxo e status, estratégias já expressas no capítulo *Espírito de Consumo, Espectáculo e Luxo* do presente trabalho.

Desta forma, começa-se a presenciar interiores descritos como “*arquitectura promocional*”, um termo introduzido por Dietmar Steiner.<sup>69</sup> Neste contexto, a arquitectura é uma mercadoria em si, concebida para atrair consumidores com uma identidade particular, como Jane Rendell explica: “*É a “actuação” de fazer compras na e através da arquitectura e da “actuação” da arquitectura de compra e uso, que as identidades são continuamente construídos e reconstruídos*”<sup>70</sup>. Rendell também aponta que o processo de consumo estende-se para a transacção entre o cliente e o arquitecto, resultando no projecto final de um edifício: “*A mudança da produção para consumo mudou o nosso entendimento do ambiente, resultando num novo foco sobre as formas em que os edifícios são usados e experienciados depois da conclusão*”<sup>71</sup>.

Desta forma as alianças entre a moda e arquitectura passa a fazer parte de um processo de marketing, ou seja, aliança de uma marca de moda com um arquitecto de renome em função de uma estratégia de consumo parece estar presente nas lojas de *flagship*<sup>72</sup>, um fenómeno relativamente novo que expõe a afirmação de um designer sobre o seu rótulo. A arquitectura e design interior e exterior do edifício são cuidadosamente escolhidos para ampliar a imagem e status do rótulo. Os exemplos que incorporam este tipo de estratégias estão cada vez mais presentes, desta forma, debruçando-nos sobre os exemplos referenciados por Bradley Quinn no seu trabalho *The fashion of architecture*, tentaremos expor esta situação. O designer de moda Miyake contratou Frank Gehry para preencher o espaço da sua loja com a sua assinatura arquitectónica, visto Gehry ter ganho

---

<sup>69</sup> STEINER, Dietmar – *Promotional Architecture*.

<sup>70</sup> RENDELL, Jane – *Between architecture, fashion and identity*, p. 11. (Tradução do autor).

<sup>71</sup> *Ibidem*, p. 9. (Tradução do autor).

<sup>72</sup> A tradução literal de *Flagships* é a capitânia, o navio em que se acha embarcado o comandante de uma força naval. Ou seja, a *Flagship Store* é a loja líder, o exemplar da marca, todas as demais seguirão o seu comando, serão concebidas a partir desta. Englobam um grande investimento e devem apresentar conceitos revolucionários, para demonstrar claramente a grandeza da marca e manter o seu lugar de ponta no seu segmento no *Retail* mundial.



FIG. 13 Interior da Loja de Prada, New York, Rem Koolhaas.

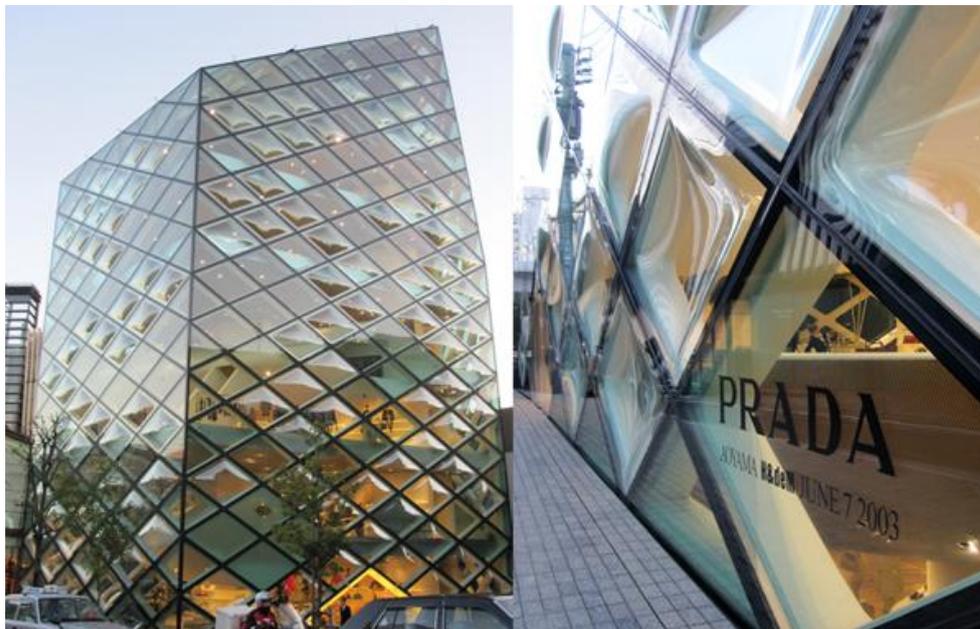


FIG. 14 Loja Prada, Tokyo, Herzog & de Meuron.

prestígio como arquitecto após a aclamação crítica do *Guggenheim* de Bilbao, levando as instituições culturais de todo o mundo a aclamar edifícios com as mesmas formas curvilíneas, pois estas geravam publicidade. Visualmente, as cascas curvilíneas da assinatura de Gehry conseguem imitar as formas irregulares de Miyake. No entanto as ligações conceptuais entre a ética de Gehry e Miyake permanecem desarticuladas, a sua congruência limita-se aos contornos mútuos das formas retorcidas. A arquitectura aqui é acondicionada como a moda, reinventando-se como uma mercadoria e envolvendo-se com economias de escala.

Embora Koolhaas compare a prática contemporânea de compras com uma doença incurável, os seus projectos de retail para Prada fazem dele o médico da indústria de casas de moda. Prada tentou transformar as suas lojas no tema de investigação intelectual sério quando revelou os planos para as novas lojas no Japão e nos EUA a partir de Koolhaas e Jacques Herzog. Herzog projectou o museu *Tate Modern* de Londres, Koolhaas acaba de concluir a filial de Las Vegas do *Guggenheim*. A mensagem sugerida pela escolha de Prada dos arquitectos e do tipo de locais que são comissionadas para criar é muito mais significativo do que os desenhos do próprio vestuário. O papel da arquitectura vai muito além dos significados subliminares para relatar o tipo de status com que os consumidores estão à espera de considerar as roupas, fisicamente designando a importância monumental da marca Prada. O trabalho de Koolhaas oferece uma astuta visão crítica sobre as sensibilidades do consumidor de moda e sua percepção da arquitectura. O novo espaço de Koolhaas defende a união entre o consumismo, a moda e a arte como se fossem uma trindade indissolúvel. Prada parece ter sucumbido à ideia de que a forma física dramática é agora o mais importante aspecto do ambiente de *retail*. Enquanto a arquitectura de Koolhaas aumenta, devido aos altos níveis de estimulação por parte da comunicação social, é certamente um meio eficaz para atrair o seu público-alvo.

Em relação a Kawakubo o seu interesse por arquitectura tem pouco a ver com as tendências de identidade da marca, mas os resultados da sua missão de criar um ambiente tão evocativo da sua ética como as próprias roupas. “*Eu sempre tentei criar um ambiente tão completo quanto possível para as minhas roupas*”, disse ela a Rasshied Din. “*Comme des Garçons sempre foi um*



**FIG. 15** Interior da Loja *Comme des Garçons*, New York, Rei Kawakubo.

*ambiente completo*<sup>73</sup>. Kawakubo não pretende alinhar o rótulo com a cultura de alta ou baixa, mas usa seu trabalho para negociar os espaços entre elas. Na sua visão, a arquitectura não se destina a ser mercantilizada, mas integrada num ambiente completo. Para Kawakubo, a inter-relação entre o conteúdo intelectual da roupa individual, os temas conceituais por detrás da colecção como um todo e a experiência espacial da arquitectura são uma expressão única. A loja *Comme des Garçons* na galeria de Nova Iorque no bairro Chelsea é um ajuste contínuo entre as duas culturas de elitismo. O uso da arquitectura de Kawakubo mudou para além dos limites do retail e no domínio da arte, criando um espaço que é ao mesmo tempo uma galeria e uma obra de arte em si. Kawakubo, abriu lojas em todo o mundo, cada uma adoptava a sua própria identidade, mas com um tratamento coerente do espaço e luz.

Tanto o desenho de moda como o de arquitectura tem sido muito utilizado para expressar ideias de identidade pessoal, social e cultural. O vestuário utilizado nas escolas, como por exemplo os uniformes, representam a identidade colectiva, expressam uma filiação ao ensino de certas regras, assim como ligações com determinada classe social ou económica. No entanto estes uniformes podem ser apropriados e alterados por grupos que procuram subverter essas associações. Assim como o vestuário pode ser adoptado e adaptado como meio de expressão pessoal, a arquitectura tem sido usada para expressar identidade colectiva, valores e *status*. Por exemplo, os edifícios para os bancos no século XIX eram característicos, vistos serem construídos de pedra exibindo colunas e frontão clássico. A intemporalidade dos elementos arquitectónicos clássicos e a solidez dos materiais sugeriam segurança e permanência aos seus clientes. No Giardini di Castello, em Veneza, onde tiveram lugar importantes exposições bienais internacionais desde 1895, eram expostos uma colecção stands de pavilhões nacionais. O pavilhão de cada país pretende expressar uma conexão com a sua arquitectura indígena ou vernacular. Por exemplo, o pavilhão dos Estados Unidos é neoclássico e assemelha-se ao palácio de Monticello; o pavilhão do Canadá,

---

<sup>73</sup> Apub QUINN, Bradley – *The fashion of architecture*, p. 50. (Tradução do autor).



FIG. 16 Mostra da colecção *Afterwords*, de Hussein Chalayan.

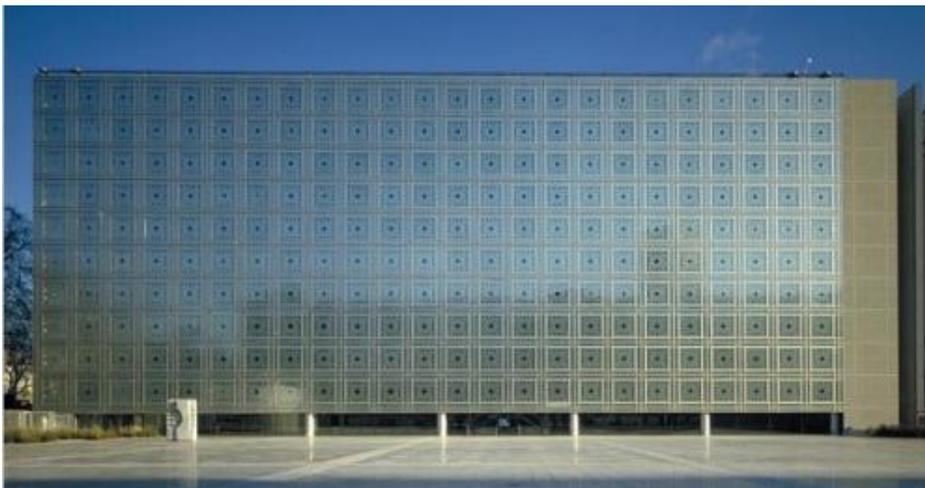


FIG. 17 Fachada Sul do edifício *Arab World Institute*, Paris, Jean Nouvel



FIG. 18 Vista interior dos diagramas de metal da fachada sul do *Arab World institute*.

projectado pela empresa italiana BBPR, parece uma tenda ou cabana, referência da arquitectura canadense indígena. Por último os pavilhões franceses, britânicos e alemães têm um carácter sóbrio e clássico. No entanto, segundo o livro *Skin and Bones*<sup>74</sup>, nos últimos anos os profissionais das duas disciplinas foram além da ideia de meros significantes de *status*, valor e referente, passando a expressar questões mais complexas e provocativas em torno de noções de identidade. Como exemplo, das duas disciplinas, dessas novas abordagens de identidade podemos referenciar o designer de moda Hussein Chalayan na sua apresentação *Afterwords*, Outono/Inverno 2000, e arquitectos como Atelier Jean Nouvel e a sua obra *Arab World Institute* (1981-1987) em Paris e Daniel Libeskind com o *Jewish Museum* (1992-1999) em Berlim. A colecção *Afterwords* de Chalayan foi apresentada tendo como cenário uma sala de estar, onde se encontrava uma mesa redonda e quatro cadeiras. Cada móvel transforma-se numa peça. As capas das cadeiras convertem-se em vestidos e a mesa redonda de madeira e com anéis concêntricos transforma-se numa saia. O trabalho de Chalayan é característico por apresentar sempre uma direcção conceptual e, não fugindo à regra, a colecção *Afterwords* também segue essa direcção, pois foi concebida tendo como ideia principal a guerra e a multidão de desalojados e refugiados, reflexo da sua herança cultural, da memória do Chipre enquanto país fragmentado e do conflito do Kosovo para indagar sobre as reais ou ficcionadas possibilidades de preservar a identidade e a memória em momentos de contenda, abrangendo a necessidade de abandonar o lar e reconstruir a própria vida noutro lugar. Faz alusões à identidade, à fragilidade da vida e desta forma esta obra vive de uma sólida consciência política e social.<sup>75</sup>

O grande projecto *Arab World Institute*<sup>76</sup> (1981-1987) em Paris de Jean Nouvel (executado em colaboração com Gilbert Lezènes, Pierre Soria, and Architecture Studio) foi encomendado por representantes de dezanove países árabes para promover o conhecimento da cultura árabe Ocidental. A fachada sul do edifício é uma expressão contemporânea da cultura árabe e da arquitectura, enquanto a fachada norte é um espelho da cultura ocidental, é uma parede cortina

<sup>74</sup> HODGE, Brooke ; MEARS, Patricia ; SIDLAUSKAS, Susan – *Skin + Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture*.

<sup>75</sup> COUTINHO, Bárbara – *Na intersecção de moda e da arquitectura*, p. 72

<sup>76</sup> BOISSIÈRE, Olivier – *Jean Nouvel*, p. 53-59.



FIG. 19 *Jewish Museum*, Berlim, Daniel Libeskind.



FIG. 20 Vista aérea do *Jewish Museum*, onde se pode ver as duas linhas de construção.

de vidro pintada com imagens da paisagem urbana parisiense. A fachada sul é formada por diafragmas de metal atrás de uma parede de vidro. Os diafragmas auto-ajustáveis ou as aberturas funcionam como lentes de câmaras, controladas por células fotoelétricas, que abrem e fecham em resposta à mudança das condições de luz exterior. O efeito geral é um *moucharaby*<sup>77</sup> o que permite olhar de dentro sem ser visto. Durante o dia, as aberturas são desencadeadas pela luz recebida, no entanto, a partir do exterior apenas um subtil e denso padrão é aparente, e à noite esta relação é invertida.

O edifício de Daniel Libeskind, *Jewish Museum* (1999), é uma extensão do Museu Judaico de Berlim. A obra tem uma explícita temática e integra a história e a experiência dos Judeus na Alemanha, e as repressões do Holocausto. A nova extensão é ligada ao edifício barroco existente através de estradas subterrâneas axiais. O eixo mais longo leva-nos a uma escada contínua e ao próprio Museu, o segundo ao Jardim do Exílio e à Emigração e o do terceiro eixo ao beco sem saída do Vazio Holocausto. O deslocamento do espírito torna-se visível através da linha directa do vazio que corta o conjunto como um todo, ligando os espaços expositivos do museu entre si por pontes. O vazio é o vazio impenetrável através do qual a ausência de cidadãos judeus de Berlim torna-se aparente para o visitante. O nome oficial do projeto é o "*Museu Judaico*", mas Libeskind chamou-o de *Between the Lines*, explicando que se trata de um projecto realizado sobre duas linhas de pensamento, organização e relação. Uma delas é uma linha recta, mas quebrada em vários fragmentos, a outro é uma linha tortuosa, mas indefinidamente continua.

## Forma

*“Não passará a arquitectura a ser o que o vestuário tem sido até agora? O tecido principal será dado por uma estrutura de esqueleto, que sustém um sistema circulatório, que já começa a imitar o da laboração do corpo...Se, tal como um*

---

<sup>77</sup> Imagem entrelaçada tradicional islâmica, que adorna janelas, alpendres e varandas cujo propósito original era proteger as mulheres do ponto de vista por parte de estranho.



*caracol, aprendermos a levar a nossa casa para todo o lado, ela será o nosso traje e veste*<sup>78</sup>.

Ao mesmo tempo que a moda e arquitectura criam objectos que diferem em tamanho e material, os seus processos criativos podem ser muito idênticos, ambos começam um projecto bidimensional para que depois seja convertido, criando complexas formas tridimensionais. O que é certo é que as mesmas tendências estéticas vigentes, os fundamentos ideológicos e teóricos e as inovações tecnológicas têm vindo a influenciar cada uma das práticas, originando peças de vestuário e edifícios que partilham qualidades estilísticas e estruturais ou derivam de impulsos criativos comuns. Ao longo dos tempos foi possível verificar que os designers dos dois campos desenharam uns com os outros em busca de inspiração e de certas estratégias técnicas. Como nos expõe o livro *Skin and Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture*<sup>79</sup> podemos observar que vocabulário derivado da arquitectura tem vindo a ser utilizado nas peças de vestuários (“*Arquitectónico*”, “*construída*”, “*escultural*”, etc.), assim como a arquitectura também solicitado e adaptado estratégias e vocabulário da indumentária e do mundo da moda como drapear, invólucro, tecelagem, dobrável, estampagens e pregas nas superfícies e materiais.

As condições culturais e ambientais sempre influenciaram os designers de moda e os arquitectos. As suas criações (vestuário e os edifícios) quando vistos como parte de um contínuo histórico, são valiosos artefactos antropológicos que marcam importantes condições culturais e económicas, preferências estilísticas e também novos desenvolvimentos na tecnologia e nos materiais. Esses mesmos artefactos continuam a influenciar os arquitectos e designer dos dias de hoje, fazendo-se uma reinterpretação para um contexto contemporâneo.

---

<sup>78</sup> HEARD, Gerald – *Narcissus: An Anatomy of Clothes*, p. 142. (Tradução do autor).

<sup>79</sup> HODGE, Brooke ; MEARS, Patricia ; SIDLAUSKAS, Susan – *Skin + Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture*.

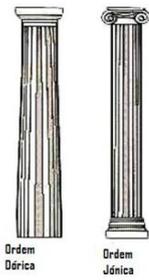


FIG. 21 Colunas Gregas.

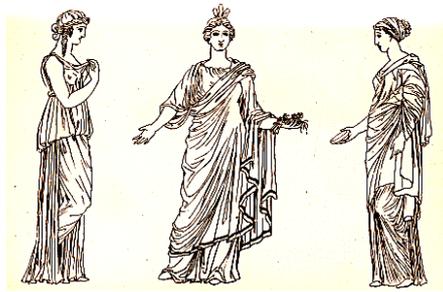


FIG. 22 Chitons.



FIG. 24 Catedral Amiens, França.



FIG. 25 Catedral Salisbury, Inglaterra.



FIG. 26 Pavilhão para a Exposição Universal de 1851, Joseph Paxton.

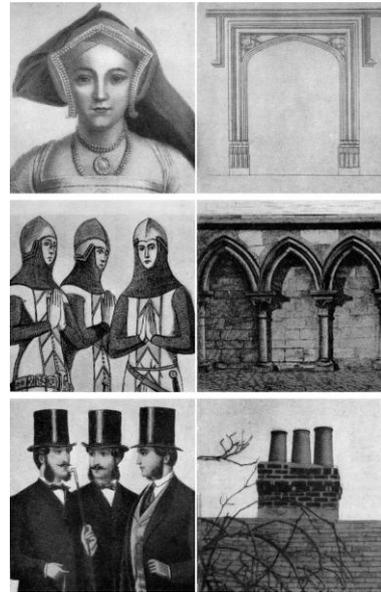


FIG. 23 Analogia entre a moda e a arquitectura na época Gótica.



FIG. 27 Crinolina.

## Precedentes estilísticos análogos

A relação entre roupa e abrigo, abrigo associado também ao edifício, já existe desde longa data. Se recuarmos no tempo na própria Idade do Gelo deparamo-nos com essa realidade. Nesse tempo as pessoas usavam peles de animais para se cobrirem, assim como para formar as paredes exteriores de estruturas de crude (bruto). Na Grécia Antiga as colunas dos edifícios foram tomadas como inspiração sendo reproduzidas através de pregas e drapeados de forma cilíndrica na *chiton*.<sup>80</sup> Os diferentes tipos de *chitons* chegaram mesmo a ser mencionados como ordens arquitectónicas (dórico e o jónico). Tanto o vestuário clássico como a arquitectura grega foram concebidos em harmonia com as proporções da figura humana. A tendência de verticalidade extrema Medieval pode ser vista no vestuário e na arquitectura Gótica. Os sapatos pontiagudos, as luvas, e os *hennins* (chapéus femininos cónicos) estão directamente relacionados com os arcos ogivais e espaços altos das estruturas góticas, como as catedrais do século XIII, em Amiens, França e Salisbury, na Inglaterra.

Como resultado das novas tecnologias e processos industriais de fabricação, na década de 1850, a pré-fabricação de materiais de construção e os avanços na construção de aço promoveram uma maior abertura de vão trazendo uma maior quantidade de luz para dentro do edifício, a necessidade de poucos elementos estruturais para projectar o edifício promoveu uma abertura dos espaços arquitectónicos. James Laver (1949)<sup>81</sup> identificou paralelos entre as cúpulas de aço do pavilhão para a Exposição Universal de 1851 de Joseph Paxton e a estrutura do corpo de crinolina<sup>82</sup>. No Palácio de Cristal, uma rede aberta de vigas de ferro fundido, coberta com vidro, evidencia um edifício com um dos interiores mais abertos e expansivos do seu tempo. A mesma abordagem foi aplicada à construção do traje da mulher: como uma solução prática para pesadas camadas de saias ou crinolinas, os designers desenvolveram armaduras feitas com aros de metal para apoiar a abóbada em forma de saia da década de 1850. Ao mesmo tempo foi nesta

---

<sup>80</sup> Túnica grega de lã feita a partir de um ícone, num tecido único sobre o corpo de homens e mulheres.

<sup>81</sup> LAVER, James – *Style in Costume*.

<sup>82</sup> Eram armações usadas sob as saias para lhes conferir volume.



época que surgiu a máquina de costura tornando possível compor formas precisas e possibilitando a produção em massa na indústria de confecções.

As formas orgânicas curvilíneas e sensuais, que se tornaram célebres no século XIX com a Arte Nova, são encontradas também na moda, entre vários estilistas podemos destacar o trabalho de Paul Poiret, bem como as formas naturais e sinuosas incorporadas por profissionais de arquitectura, como Hector Guimard e Louis Sullivan. As obras desse período foram caracterizadas pela sua simplicidade formal e fluidez ornamental assim como pelas suas formas derivadas da natureza, características que se tornaram fontes de inspiração crítica.

Durante a primeira metade do século XX, em consonância com os ideais do modernismo, a moda e a arquitectura mudaram para uma maior simplicidade, as formas “limpas” e a estrutura exposta são características de uma profunda transformação estética. Os conhecidos trabalhos que exprimem esses ideais são de arquitectos como Le Corbusier e J.J.P Oud e designers de moda como Coco Chanel e Cristobal Balenciaga. Em particular, a escola Bauhaus - incluindo arquitectos como Walter Gropius e designers têxteis como Annie Albers - intensificou o aspecto prático e a ideia de que os edifícios e as roupas também deve ser expressivas da sua função. O estilista André Courrèges (1965), que começou a sua carreira como engenheiro e cujas roupas limpas futuristas foram intimamente influenciados por Le Corbusier, resumiu as aspirações de moda e arquitectura na década de 1960: “*O meu problema é (...) harmoniosamente resolver os problemas da função - tal como o engenheiro que projecta um avião, como o homem que concebe um carro*”.<sup>83</sup>

Em grande parte a globalização e a tecnologia da informação levaram à disseminação fácil e rápida dos últimos desenvolvimentos da moda e da arquitectura proporcionam um maior diálogo interdisciplinar entre ambas as práticas, originando, cada vez mais, semelhantes sentidos estéticos.

Na década de 1980, a aplicação de motivos clássicos – do atrito Grego ao padrão principal dos capitais das colunas à folha de acanto – ao vestir das mulheres e dos acessórios dos designs de Gianni Versace e Hermès surgiram ao

---

<sup>83</sup> COURRÈGES, André – *Lord of the Space Ladies*, p. 57. (Tradução do autor).



**FIG. 28** Edifício Seagram, New York, Mies Van der Rohe.

mesmo tempo que a arquitectura abraçava o pós-modernismo estilizando elementos neoclássicos.

Calvin Klein é reconhecido como o mestre contemporâneo, se não promotor, da forma minimalista, embora com uma dívida substancial com designers, incluindo Halston, Yves Saint Laurent, Giorgio Armani, Miuccia Prada e Helmut Lang. De cor neutra, de forma simplificada, e praticamente desprovido de ornamentos, as peças de roupa dos anos 1970 e 80, possuem uma simplicidade limpa e moderna que, em muitos aspectos, reflecte o estilo da arquitectura internacional de Le Corbusier, Richard Neutra, e Ludwig Mies van der Rohe dos anos 1920 e 30 e os edifícios de vidro, parede de cortina de 1950 e 60. Klein promoveu ainda mais a estética minimalista através do design das suas lojas, assegurando um vasto mercado para a sua marca particular de modernismo.<sup>84</sup> Prada também criou colecções muito redutoras e minimalistas, mas estas não representam uma tendência em curso no seu trabalho. Em vez disso, como ela própria explicou, a adopção de uma paleta restrita a castanho, azul-marinho e preto no início de 1990 foi uma reacção aos excessos dos anos 1980. Narciso Rodriguez, no entanto, tem vindo a desenvolver uma sensibilidade sofisticada e minimalista reconhecível, para vestir as mulheres da alta sociedade, inspirada pelo trabalho de Mies Van der Rohe. Tal como Mies, Rodriguez estava preocupado com a beleza inerente da estrutura e construção. A maioria das roupas *formfitting* de Rodriguez são feitas com uma precisão que permite acompanhar as curvas do corpo feminino com fluidez, sem depender de drapeados ou volume para lhe dar forma. Abstendo-se do aplicado ou da decoração misteriosa, ele apropria-se apenas da beleza das costuras e dardos para servir como decoração das suas peças de roupa.<sup>85</sup>

Patricia Mears esboça a adopção de estratégias desconstrutivas e dispositivos dos designers de moda no ensaio "*Fraying the Edges: Fashion and Deconstruction*" mostrando que, enquanto a obsessão da moda com a

---

<sup>84</sup> HORYN, Cathy – Style; *The calvinist ethic*.

<sup>85</sup> HODGE, Brooke ; MEARS, Patricia ; SIDLAUSKAS, Susan – *Skin + Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture*.

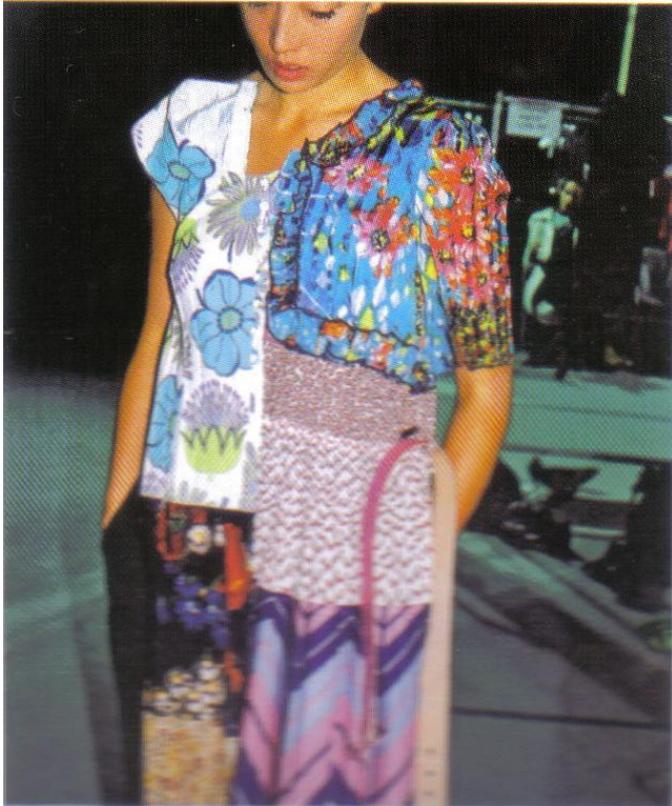


FIG. 29 Vestido da colecção *O Artisanal* 2005, Martin Margiela.



FIG. 30 Residência de Frank Gehry, Santa Monica, Califórnia.

desconstrução não é teoricamente influenciada como a arquitectura, o vestuário desconstruído com bordas desgastadas, costuras expostas, buracos propositados e cortes, começaram a aparecer na alta moda nas colecções influentes e precoces da *Comme des Garçons* e Yohji Yamamoto, que foram mostradas em Paris na mesma época em que os arquitectos discutiam e debatiam em torno das teorias desconstrutivistas. Curiosamente, “desconstrução” não era o termo usado pelos designers de moda para descrever o seu trabalho, mas foi aplicado mais tarde pelos escritores de moda. Bill Cunningham aplicou pela primeira vez o termo em Março de 1990 na edição *Details*, e Amy M. Spindler, em 1993 no artigo do *The New York Times* “*Coming Apart*” cimentada no léxico da moda através da sua discussão sobre a linhagem e a influência dos designers japoneses na nova geração de Belgas, incluindo Ann Demeulemeester, Martin Margiela e Dries Van Noten. Spindler também observou que - em exemplo do carácter cíclico da moda - Karl Lagerfeld para a sua colecção de alta-costura *Chanel* em 1993, dedicou-se à desconstrução. O trabalho de Margiela com a desconstrução, no mundo da moda é sem dúvida o mais complexo e conceitual. Adoptando um processo de apropriação, desmontagem e reorganização das roupas vintage, Margiela concebeu peças que pareciam completamente novas. De forma similar, a realização da remodelação da residência de Frank Gehry, realizada pelo mesmo, em Santa Monica, Califórnia (1977-1978/1991-1994), começou com uma estrutura convencional e, utilizando materiais facilmente disponíveis, terminou com algo totalmente inovador e inesperado. Gehry desconjugou partes do invólucro exterior de um bangaló de 1920 e integrou materiais industriais disponíveis naquele momento, tais como o contraplacado e o elo da cadeia para transformar a casa num novo volume espacial complexo. O facto é que embora os designers de modas e os arquitectos não terem tido adoptado as ideias de desconstrução pelas mesmas razões ou pelas mesmas fontes, as tendências surgiram em ambas as práticas mais ou menos ao mesmo tempo.<sup>86</sup>

---

<sup>86</sup> SPINDLER, Amy M. – *Style; Coming Apart*.



## **Pele**

A apropriação da arquitectura a estratégias dos têxteis da moda começaram a ser mais evidentes a partir do ensaio *Das Prinzip der bekleidung* de Adolf Loos, onde é reconhecida a primazia do vestuário como um abrigo básico. Loos incentiva os arquitectos a ligarem-se com os têxteis como um método de conhecimento dos significados e da estética do abrigo, para de seguida, usa-los na arquitectura para sustentar esses princípios nas formas construídas. De facto, vários experimentalistas da segunda metade do século XX e da actualidade procederam com ideias mais conceptuais e filosóficas, e tanto a moda como a arquitectura adoptaram esse pensamento de uma forma quase literal, agarrando as técnicas e os princípios um do outro, adaptando-os à sua própria disciplina. Desta forma, estas adaptações são expressas na pele, ou seja nas suas respectivas expressões, o vestuário e os edifícios.

A pele é um órgão sensorial primário que protege os seres humanos do meio em que nos inserimos e regista a dor a pressão e a temperatura. Separa o interior e o exterior do organismo, protege os órgãos internos das agressividades exteriores. Tem um sentido de tacto, toda a sua superfície está apta a captar as impressões resultantes do meio exterior, conseguindo captar formas, consistências e temperaturas dos objectos que tocamos. A sua condição é externa e visível, protege os órgãos interiores e tem uma função amortecedora das agressões e pressões exteriores. Regula a absorção de substâncias, opondo um obstáculo mecânico e bioquímico contra a penetração de líquidos, tendo desta forma uma grande capacidade de impermeabilização. É termoreguladora, visto contribuir para a manutenção da estabilidade térmica, apresentando-se como uma tela contra a acção do sol deixando-se penetrar em diferentes medidas por variadas radiações. É uma defensora do organismo, pois representa o primeiro obstáculo que o organismo impõe contra todos os agentes externos e contaminações do meio ambiente.

Assim como o nosso organismo, a moda e a arquitectura também produzem uma pele que está representada nos seus respectivos objectos, no vestuário e nos edifícios. A este respeito podemos fazer dois tipos de classificações, uma



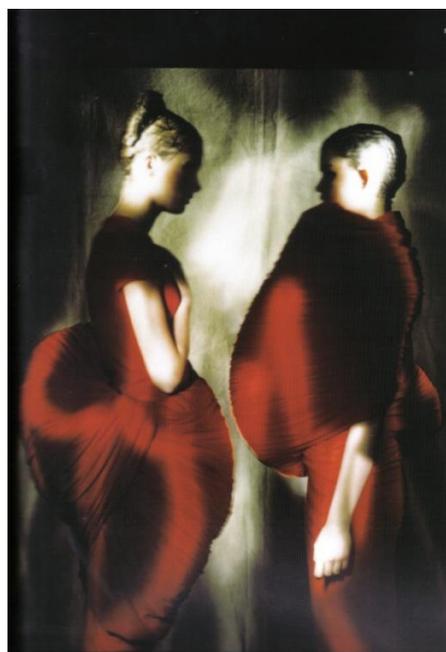
**FIG. 31** Vestido de Hussein Chalayan.



**FIG. 32** Vestido de Junya Watanabe onde é utilizada a técnica *origami*.



**FIG. 33** Vestido da colecção *Comme des Garçons* 1997, Rei Kawakubo.



**FIG. 34** Vestidos da colecção *Comme des Garçons* 1997, Rei Kawakubo.

relacionada com a forma em relação directa com a massa e o vazio, e a outra com a materialidade em relação à função da sua opacidade ou transparência.

Na moda a questão da pele é aplicada ao aspecto exterior das pessoas. Fixa e mantém uma imagem de nós mesmos perante os outros e tem um grande peso na auto-estima e no sentimento de segurança da própria pessoa. A superfície do tecido constitui uma espécie de segunda pele que pode ser elástica e desta forma contornar a figura corporal ou então, uma superestrutura que não se restringe à forma do corpo. Por sua vez esta superestrutura, entre o corpo e o tecido pode gerar um espaço intersticial vazio<sup>87</sup> ou uma massa. Para exemplificar este ponto de vista podemos fazer referência a Hussein Chalayan. Este utilizava tecidos elásticos como *Lycra* e *Tactel* para criar designs flexíveis podendo desta forma ser estruturados pelo corpo. Estes tipos de tecido privam o espaço intersticial do vazio e são apelidados de “*Body-conscious*”. Também o vestido “*Origami*” desenhado por Watanabe, através da técnica desconstrutivista, extrai o vazio localizado por baixo da roupa, permitindo espiralar dentro da densidade para além de adquirir uma forma orgânica e enrola. Podemos desta forma observar um anti-vazio racional que emerge através do sentido de densidade dado ao vazio. No caso de Kawakubo, ele insere uma série de vazios entre o corpo e o vestido para poder criar uma silhueta diferente, ignorando a forma do corpo e ocultando os seus limites.<sup>88</sup>

O que acontece na moda também é possível ser presenciado na arquitectura. A pele é aquilo que separa o espaço interior do mundo exterior de um edifício. Partindo do princípio de que o mundo no seu estado natural não é habitável, o homem, por necessidade, tem que reinventar o mundo, pois não depende apenas da sua condição individual para sobreviver. Desta forma, ele carece de uma segunda pele que para além de ter a função de o proteger, fornece-lhe um espaço habitável, uma pele que lhe dá comunidade, segurança e o prazer que requer para poder viver plenamente. Para uma melhor compreensão será pertinente passar a citar os seguintes exemplos. O edifício de Frank Gehry,

---

<sup>87</sup> QUINN, Bradley – *The fashion of Architecture*.

<sup>88</sup> ALUSTIZA, Jimena – *Arquitectura y moda. Formas de arte público*.



FIG. 35 *Experien Music Project*, Frank Gehry.



FIG. 36 *Jewish Museum*, Daniel Libeskind.



FIG. 37 *Auditorio de Roma*, Renzo Piano.

*Experienc Music Project*<sup>89</sup> (1995-2000), consiste num agrupamento de elementos curvos e coloridos cobertos por uma variedade de materiais. As formas fragmentadas e onduladas do edifício foram em parte inspiradas na imagem de uma guitarra Fender Stratocaster (guitarra que Hendrix usava) esmigalhada, ou seja, a pele do edifício tenta contornar essa figura, sendo desta forma considerada elástica.<sup>90</sup> No edifício *Jewish Museum*<sup>91</sup> (1999) de Daniel Libeskind o seu exterior é concebido como uma caixa que contém um vazio espacial no seu epicentro como uma metáfora de ausência, tragédia e perda. Exteriormente essa metáfora manifesta-se através de uma série de poços que aparecem subitamente na fachada. O vazio tenta ser transcendental e imaterial, sendo definido por Libeskind como “*o inefável do imensurável*”. Como último exemplo podemos referenciar o Auditório de Roma<sup>92</sup> de Renzo Piano. As suas formas orgânicas são compostas por três armaduras, madeira, ladrilho e Chumbo. O edifício funciona como uma carapaça e promove uma ressonância acústica, um volume significativo que massifica o espaço intersticial, tornando-o num lugar cheio.

### **Transparência**

Outras das características da moda que pode ser vista na arquitectura é a questão ambivalente entre expressões de exibicionismo e pudor, que é traduzida na forma de ocultação e exibição. Ou seja, tendo em conta que a moda, ou melhor, o vestuário, tem um carácter de objecto simbólico e ambivalente tem um carácter de distorção da realidade. Deste modo o vestuário pode ser usado como forma de mostrar manifestações dos nossos atractivos assim como meio de ocultar as nossas vergonhas. As peças de roupa são feitas para poderem ocultar o corpo como expressão de pudor. Segundo Fugel, o pudor “*é uma reacção contra o exibicionismo, que é uma tendência primitiva anterior a este, e portanto, parece envolver a sua*

---

<sup>89</sup> O Experience Music Project coloca uma ênfase especial em música vinculada às tradições e música feita no Noroeste do Pacífico e especificamente homenageou Jimi Hendrix, um dos músicos americanos mais influentes.

<sup>90</sup> “El Croquis” – *Frank Gehry 1996-2003*, vol. 117, p. 132- 159.

<sup>91</sup> “El Croquis” – *Daniel Libeskind 1987-1996*, vol. 80, p. 40-71.

<sup>92</sup> ASENSIO, Paco – *Renzo Piano*, p.66-73.



**FIG. 38** *Glass Skirt*, Fashion Week de Londres, 2002, Kei Kagami.



**FIG. 39** *Chadors*, Hussein Chalayan.

*existência, pois sem ela não pode ter uma razão de ser*<sup>93</sup>. Mas o que é importante aqui referir e o que se pretende expor é a ambivalência criada pelo exibicionismo (que estimula a exibição do corpo e torna-o mais atractivo) e o pudor (que induz a ocultação total ou em parte do corpo), sendo a roupa, a representação de uma solução de compromisso entre as duas tendências contraditórias. Esta questão está inevitavelmente relacionada com a questão da transparência em oposição ao desenho têxtil, visto os seus desenhos dependerem de algumas questões para poder mascarar certas partes e imperfeições do corpo. Kei Kagami<sup>94</sup> foi um dos que começou a utilizar a transparência nas suas peças de roupa, traduzida na aplicação de linhas de fios translúcidos para elaborar a roupa tais como saias, tops cortados em tecidos transparentes e ainda roupas futuristas feitas com fechos transparentes. Na *Fashion Week* de Londres 2002, Kagami apresentou uma colecção intitulada de *Glass Skirt* e *Glass Bustier*, onde a utilização de vidro expõe as camadas interiores das peças, provocando um novo visual do corpo sendo, ao mesmo tempo, exposto e protegido. *Glass Skirt* revela a parte interior do tecido, demonstrando de que forma uma saia ao ser fixada numa pessoa e pressionada entre as pregas da pele, cria uma tensão contra o corpo quando o usuário se move. Neste sentido, Kagami usa a transparência como uma forma eficaz de testar o espaço entre o corpo e o material, mostrando a intimidade da roupa dentro do olhar público.<sup>95</sup> Esta questão de revelar e ocultar o corpo, relacionada com exibicionismo e pudor, também é manifestada pelo trabalho de Hussein Chalayan, que desenhou uns *chadors*<sup>96</sup> de diferentes comprimentos, explorando a capacidade do tradicional traje islâmico para definir e individualizar o corpo através da ocultação e da identidade do portador da roupa em questão. O mais curto, expõe o corpo do modelo do umbigo para baixo, enquanto o outro apenas consiste numa máscara. Ambos permitem ao usuário julgar as reacções do público enquanto permanecem anónimos. Chalayan propõe-nos um jogo de aparências entre o que se mostra e o que se tapa, sendo a participação do espectador um factor

---

<sup>93</sup> Apub ALUSTIZA, Jimena – *Arquitectura y moda. Formas de arte público*, p. 21. (Tradução do autor).

<sup>94</sup> Designer de moda que também estudou arquitectura e trabalhou com Kenzo Tange.

<sup>95</sup> ALUSTIZA, Jimena – *Arquitectura y moda. Formas de arte público*.

<sup>96</sup> QUINN, Bradley – *The fashion of architecture*.



**FIG. 40** Capa transparente, Pia Myrvold

primordial, assim como a necessidade de olhar e ser olhado. Outro exemplo que pode ser aqui mencionado é a criação de Pia Myrvold. Uma capa transparente que envolve e protege o corpo mas permite a visibilidade do seu contorno.<sup>97</sup>

Como ficou exemplificado, algumas das criações de designer de moda expressão a ambivalência que existe entre exibicionismo e pudor através da aplicação de estratégias de transparência ou ausência da mesma. A ocultação e exibição são estratégias utilizadas para mostrar ou ocultar algo, no caso da moda o corpo. No que diz respeito à arquitectura esta manifestação também pode ser observada e a utilização da transparência é expressa para realçar a estrutura de um edifício. Esta expressão pode ser vista em exemplos, dependendo do arquitecto, que revelam três posições distintas, ou seja, a que exterioriza literalmente o que acontece dentro do edifício, a que oculta totalmente o interior do edifício e por último a que alcança um efeito intermédio entre as outras duas posição mencionadas a cima. Ao interpretarmos a arquitectura tradicionalmente deparamo-nos com estratégias que eram utilizadas para mascarar as instalações e estruturas construtivas através de detalhes exteriores, ornamentações, texturas e cores atractivas. No entanto, com a revolução industrial e com o aparecimento do modernismo, que tinha como princípio a renovação da arquitectura e a rejeição de toda a arquitectura anterior a ele, deu-se início à manifestação da transparência passando a ser uma das estratégias mais predominantes do século XX, sendo o vidro o meio de expressão mais utilizado, possibilitando uma nova estética às fachadas. O arquitecto Mies Van der Rohe foi um dos pioneiros na aplicação da parede cortina em vidro, concebida para os projectos de torres envidraçadas em 1929. Um desses edifícios foi o *Seagram* de New York (ver FIG. 28), que conjuga factores tecnológicos tais como a utilização de materiais industriais: betão armado, aço laminado e planos de vidro de grandes dimensões. Abriu-se caminho para o desaparecimento das paredes estruturais para dar lugar ao protagonismo do invólucro exterior. As torres do estilo internacional passam a assentar numa fachada completamente envidraçada, onde os interiores visam ser luminosos e translúcidos. Mas estas estratégias de total transparência acabam por

---

<sup>97</sup> ALUSTIZA, Jimena – *Arquitectura y moda. Formas de arte público.*



FIG. 41 Museu Sayamaike, Japão, Tadao Ando.

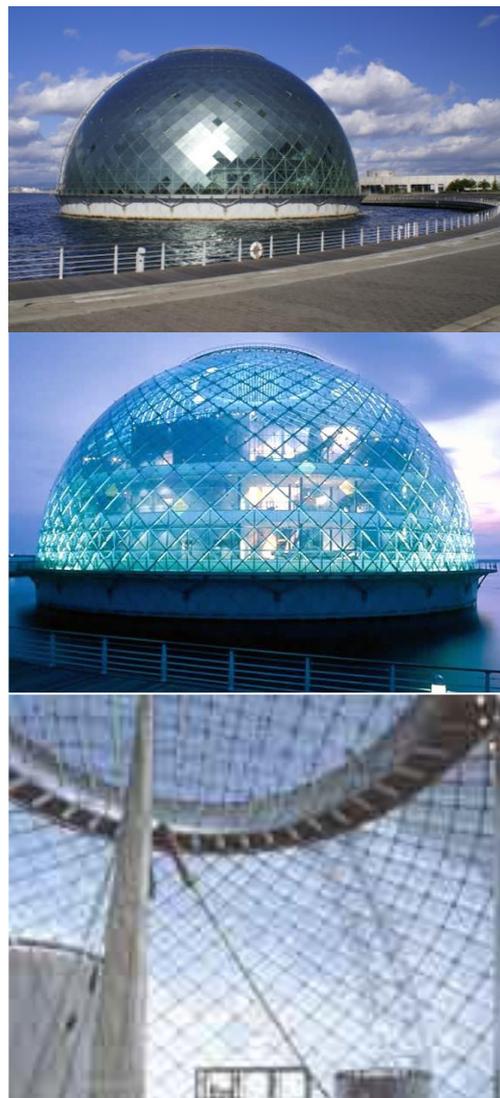


FIG. 42 Museu Marítimo de Osaka, Paul Andreu.



FIG. 43 Centro Laban, Londres, Herzog & de Meuron.

ser rejeitadas por algumas das tendências arquitectónicas actuais. O Pós-moderno surge como reacção crítica ao modernismo, principalmente ao *International Style*, dando origem a um novo tratamento superficial, um estado intermédio entre os dois tratamentos expostos anteriormente. É dada uma resposta à situação de ambivalência criada pelo conflito entre exibicionismo e pudor para procurar um certo equilíbrio, indução e emotividade que pode alcançar um jogo entre o estético e o erótico.<sup>98</sup>

O edifício de Tadao Ando, o Museu Histórico *Sayamaike*, expressa a posição de ocultação total do edifício. Esta obra reúne todas as características da arquitectura de Ando, tais como proporções rigorosas, formas geométricas simples e a utilização de betão. É um conjunto sóbrio, totalmente maciço e cego que é exemplificado claramente através da utilização do material.<sup>99</sup> Em contra partida, o edifício do arquitecto Paul Andreu, o *Museu Marítimo*<sup>100</sup> (1993-2000) de Osaka manifesta a exteriorização total do edifício. Composto por uma grande semiesfera de vidro totalmente transparente que parece flutuar sobre a água, é montado sobre uma grande grelha metálica, com finas placas de vidro que estão directamente seladas com silicone. As suas faces transparentes despem o interior, chegando ao ponto de o fundir com a paisagem conseguindo alcançar um forte vínculo com a envolvente. O projecto do Centro de Dança *Laban*<sup>101</sup> (1997-2003) dos arquitectos Herzog & De Meuron expressa a já mencionada posição intermédia entre a ocultação e a exibição. O edifício destaca-se pelo seu tratamento de cor e a sua importância é tal que os arquitectos nomeiam o artista Michael Craig-Martin. As suas fachadas são compostas por painéis de vidro translúcidos ou transparentes, dependendo da função do espaço que abriga por detrás das fachadas. À frente dos painéis de vidro são colocados tubos de policarbonato transparentes e com cores que servem de escudo protector do sol e dos reflexos e a fachada muda de cor conforme a incidência dos raios solares. Craig-Martin apropria-se da fachada para irradiar cor quer para dentro quer para fora. As sombras dos dançarinos que surgem sobre as superfícies de vidro fosco das paredes exteriores

<sup>98</sup> *Ibidem*.

<sup>99</sup> FRAMPTON, Kenneth – *Tadao Ando*, p. 216-227.

<sup>100</sup> JODIDIO, Philip – *Paul Andreu Architect*, p. 132-139.

<sup>101</sup> “El Croquis” – *Herzog & De Meuron 2002-2006*, vol. 129/130, p. 74-97.



FIG. 44 Loja Prada, Tokyo. Herzog & de Meuron.

e das fachadas, provocam um efeito mágico e formam parte da identidade desta arquitectura. À noite o edifício transforma-se numa lanterna, ou mesmo num farol, pois a luz e o movimento inundam os jardins públicos que rodeiam o conservatório, oferecendo uma nova imagem àquele lugar.

A aceleração da vida moderna foi colocando a tríade de Vitruvius (utilitas, firmitas e venustas), em crise. Devido ao fenómeno da *globalização*, as telecomunicações, os meios de comunicação e a crescente mobilidade, a nossa experiência de tempo e espaço muda, afectando tanto a planificação urbanística como arquitectónica. Tal como nos expõe Jimena Alustiza na sua análise sobre moda e arquitectura, a utilidade do presente diferencia-se do conceito de *utilitas*, pois a arquitectura tem vindo deslocar-se em direcção à Dissolução, Camuflagem e Mutação como forma de adequação. O destino do edifício deixa de ser, apenas, o cumprimento de uma determinada função, passando as motivações a ser muito mais versáteis. A própria beleza também não depende hoje das proporções. Baseia-se principalmente na imagem, e não existem parâmetros definidos como na beleza clássica.

Desta forma, considerando que as mudanças dos valores arquitectónicos manifestam-se em resposta à nova cultura em que vivemos, uma cultura global em que tudo é transitório, mutável, rápido, imediato, multifuncional, efémero e reciclável, aproximamo-nos dos conceitos de Dissolução, Camuflagem, Mutação, Fragilidade e Fugacidade das obras arquitectónicas. Neste mesmo contexto conseguimos identificar uma diversidade de excesso, variedade e complexidade de informação recebida originando uma reflexão do valor da “*imagem*” como operadora da diferença e da individualidade. (Questão da “*imagem*” já relatada anteriormente no capítulo *Construção de Espaço Imagem e Identidade*.) No edifício da *Loja Prada* em Tokyo<sup>102</sup>, de Herzog & de Meuron, podemos identificar o efeito dessa nova cultura na forma de interpretar a obra arquitectónica. Ou seja, a intenção dos arquitectos é remodelar o conceito e a função de *shopping*, lazer, e comunicação como estratégia incentivadora de organização do consumo e da cultura. O edifício é composto por uma pele contínua de vidro opaco com forma de uma grelha rombóide modulada em diagonal, espécie de uma colmeia, usando

---

<sup>102</sup> *Ibidem*, p. 208-235.



**FIG. 45** *Comme des Garçons: Red Shop*, Shona Kitchen, Paris, 2001.

painéis côncavos e convexos que oferecem reflexões facetadas e permitem a iluminação natural do interior, dando um efeito de deslumbramento que nos impede a clara visualização do que acontece dentro do edifício. Este efeito provoca uma variação constante da superfície arquitectónica concedendo imagens efémeras da envolvente. Obstem-se assim uma colecção de visões deformadas e simultâneas do que é exposto do outro lado do vidro. A sua particular definição de “*firmitas*” dos arquitectos é estabelecida através de um complexo de impressões multissensoriais exploradas até às últimas consequências. O projecto exhibe uma estratégia mais fenomenológica do que visual, uma “*arquitectura para os sentidos*”. Os arquitectos através de um imaginário grotesco, pretendem realçar as nossas experiências de *shopping* que é feita através da justaposição de materiais com características opostas e da experimentação de efeitos surpreendentes. Tanto o desenho dos acessórios de vestuário de Prada como os desenhos de Herzog & de Meuron são introduzidos dentro de uma envolvente sensual. Podemos desta forma concluir tal como expõe Jimena Alustiza, que este projecto de Herzog & De Meuron para Prada segue as tendências já mencionadas de “*Dissolução/Camuflagem/Reflexão e Mutação, ao utilizar matérias e formas não convencionais, que provocam a Fugacidade das imagens e as sombras que se projectam na tela da fachada, constitui uma “membrana estratégica” onde ressoa a Fragilidade e a superficialidade do efémero*”<sup>103</sup>.

Outro exemplo a que nos é fornecido por Jimena Alustiza é o sistema de Rei Kawakubo, através da utilização de um sistema apelidado “*Fiberglass skin*” para o projecto de “*Comme des Garçons: red shop*”, Kawakubo faz referência às tendências de Dissolução, Mutação, Minimização e Fugacidade, que vão desde o transparente ao translúcido, através da utilização do filme “*pink-graded*” entre duas camadas de vidro laminado, resultando em imagens efémeras em estado de vibração constante, que converte o limite num órgão independente.

Ainda com uma cultura global em mente, a moda também experimenta uma mudança de actividade, visto ter o dever de responder às transformações que a cidade sofre. Os centros urbanos começam a renascer, pois começam a reinventar-

---

<sup>103</sup> ALUSTIZA, Jimena – *Arquitectura y moda. Formas de arte público*, p. 29. (Tradução do autor).



**FIG. 46** Coleção Outono 1999, Teng Yeohlee.

se e a reformar-se para poder reflectir as mudanças da sociedade. Tanto a arquitectura como a moda começam a tentar encontrar soluções para um novo tipo de cidadão: o “*nómada urbano*”<sup>104</sup>. Para poder alcançá-lo é necessário fundir princípios de mobilidade e liberdade com conceitos de espaço e lugar. Desta forma o nomadismo por necessidade tornou-se a nova condição contemporânea. Desencadeia-se uma nova dinâmica esteticamente orientada para o multifuncionalismo que equipa os urbanos para a sua existência itinerante, os designers de moda e arquitectos começam a questionar o futuro papel das estruturas de “*tijolo e argamassa*”, revivendo a visão para a urbanização.

Pegando em exemplos citados por Bradley Quinn no seu livro de *The Fashion of Architecture* principalmente nos capítulos quatro e cinco respectivamente, *Urban Nomads* e *Designing, Dwelling, Thinking: Hussein Chalayan*, podem melhor exemplificar esta questão. O designer de moda Yeohlee reduz o processo criativo a conceitos básicos de volume, função e proporção para chegar a uma arquitectura do corpo em si mesmo. O seu vestuário tem impacto pela sua simplicidade, denotando uma economia de desenho justaposta com linhas limpas e formas puras, com utilidade e com funcionalidade racionalizada, exemplificando o conceito de Minimização: “ (...) *basicamente eu sou uma pessoa simples. Gosto de soluções simples, então o minimalismo vem disso mesmo. A simplicidade captura a verdade e a elegância e acarreta um montão de valores intelectuais*”<sup>105</sup>. O espírito da idade moderna nómada, de acordo com o designer Moreno Ferrari da CP Company, vem de instintos mais primitivos para construir abrigos e demarcar o nosso território. CP Company argumenta que vivemos num mundo de transição: o domínio urbano continuamente vincula-se e interage zonas entre o natural e o cultural. Combinando as suas simples técnicas de confecção com desenhos tecnológicos avançados, planearam uma série de desenhos de moda transformáveis que assumem a forma de um móvel, de uma barraca ou de uma roupa, dependendo da necessidade. As suas estruturas são híbridas, flexíveis e reflectem o conceito de “*open architecture*” de Daniel Libeskind. Através desta criação tentam apagar os limites entre moda, arquitectura e móveis, reflectindo

<sup>104</sup> QUINN, Bradley – *The Fashion of Architecture*.

<sup>105</sup> *Apud Ibidem*, p. 116. (Tradução do autor).



**FIG. 47** *Armchair*, colecção *Transformables* 2001, CP Company.

a mutação que experimentam nas roupas para adaptarem-se aos requerimentos do nómada urbano. O *Armchair* da colecção *Transformables* transforma-se em matrizes infláveis e em tendas que podem criar um abrigo temporário assim como instala-lo. Hussein Chalayan é quem utiliza a ideia de camuflagem, em 2000 na sua colecção *Afterworks* (exemplos já exposto no capítulo *Espaço imagem e identidade* do presente trabalho FIG. 16) num teatro em Londres. Ali recria um nu, com uma cortina de fundo branca, ladeado por planos assimétricos nos três lados, com móveis do estilo de 1950 que os modelos transformam em roupas no final da mostra... *“uma parte da ideia foi a de camuflagem, no entanto as coisas podem ser deixadas num lugar óbvio e continuar a estarem lá quando regressarem as suas casas. Essa é uma parte do conceito por detrás de vestir, de que existe algo valioso disfarçado as cadeiras em forma de sacos que ninguém pode tirar”*<sup>106</sup> ..., explica Chalayan. No entanto, o conceito de camuflagem urbana introduzido nesta colecção, onde objectos funcionais podem ser convertidos em vestuário e calçado no corpo, ou o vestuário pode ser adaptado para dissimular outras estruturas. Também implanta o conceito de Mutação do vestuário, tecidos que no inicio parecem ser capas de cadeiras, transformam-se em sofisticados vestidos.

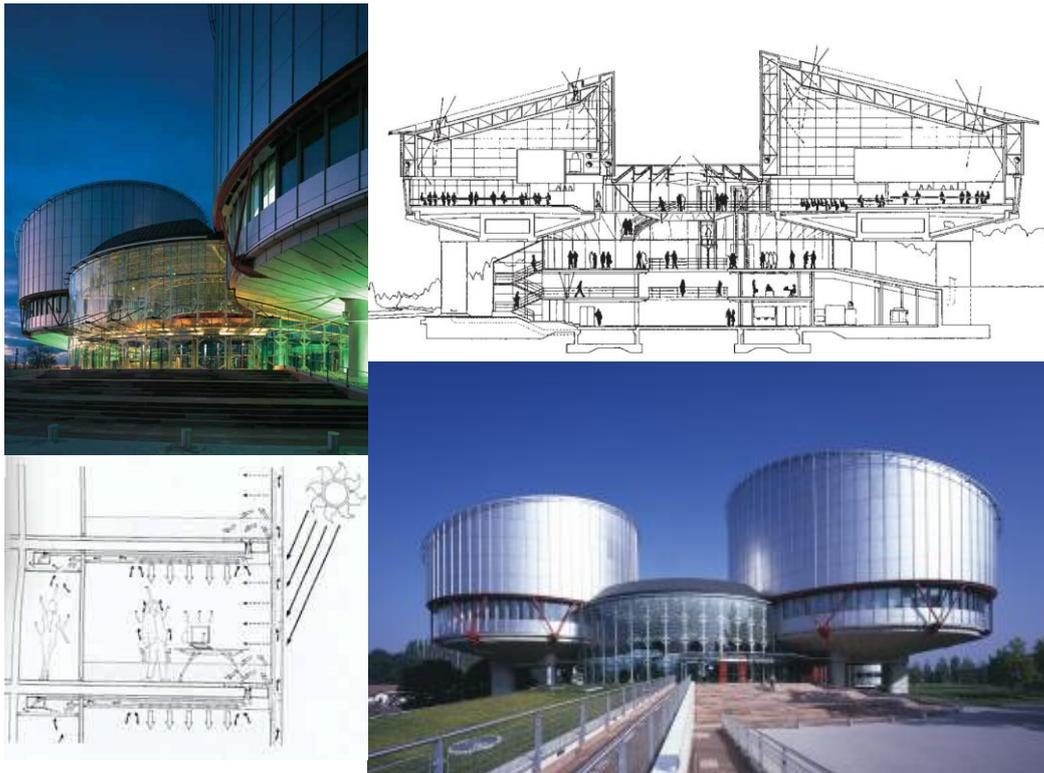
### High-Tech

O desenvolvimento da tecnologia, cuja origem remonta os anos 20, representa um passo importante para o desenvolvimento da arquitectura. Os primeiros impulsionadores desta nova modalidade foram os racionalistas Le Cobursier e Gropius. Toda uma gama de edifícios que vão desde a fábrica de motores da AEG em Berlim, construída por Peter Behrens em 1909, até ao racional edifício Seagram de 1958, construído por Mies van der Rohe, afirmam e aludem o progresso tecnológico.

O movimento *high-tech* começou com uma introdução na construção arquitectónica de processos industriais racionalizados com a finalidade de criar

---

<sup>106</sup> *Apud Ibidem*, p. 125. (Tradução do autor).



**FIG. 48** Tribunal Europeu dos Direitos Humanos, Estrasburgo, Richard Rogers.

ambientes neutros e flexíveis para de seguida se tornar num estímulo cada vez mais complexo. Falamos aqui de questões energéticas, a utilização responsável das tecnologias de revestimento e as estratégias de controlo ambiental. Como resposta a esta questão surgem uma série de produtos e sistemas construtivos para a pele atendendo a essas necessidades: isolamento translúcido, células fotovoltaicas, sistemas de sombreamento e desvio dos raios de sol, novos tipos de vidro e novos métodos de construção de fachadas.

*” A criação de uma arquitectura que incorpora novas tecnologias que rompe com a ideia platónica de um mundo estático, expressada pelo objecto perfeito finito que não é possível adicionar ou remover qualquer coisa, um conceito que vem dominando a arquitectura desde o seu inicio”*<sup>107</sup> Esta nova arquitectura tecnológica começa a preocupar-se com questões ambientais abrangendo temas como a consciência social, o uso da energia, o urbanismo e a consciência ecológica, acabando por produzir uma arquitectura *“Eco-Tech”*. Passou-se de um culto da tecnologia para o seu uso selectivo para fins específicos. Dá-se o inicio de uma interacção criativa entre várias disciplinas que anteriormente eram consideradas independentes: estrutura, serviços mecânicos, matérias, sistemas de inteligência artificial e ecologia, para criar assim uma arquitectura que possa oferecer uma variedade muito mais ampla, de experiencia e de liberdade, até agora alcançados e que é capaz de se adaptar às necessidades de mudança da sociedade contemporânea.

O Tribunal Europeu dos direitos Humanos<sup>108</sup> de Richard Rogers é constituído por um conjunto de três edifícios que se relacionam entre si através de um pátio interno. O primeiro volume tem um sofisticado sistema que analisa as condições meteorológicas em cada momento e dá prognósticos do tempo, para poder calcular os melhores níveis de aquecimento, refrigeração e sombra. Este sistema é realizado através de um ajuste de persianas de rede, os ocupantes podem ajustar a temperatura e iluminação dos seus próprios espaços de trabalho. O segundo volume é um cilíndrico incompleto e cujo centro tem um átrio que é o foco do edifício, difunde a luz natural através da sua inclinada cobertura de vidro. O

---

<sup>107</sup> Arkinka: Revista de Arquitectura, Diseño y Construcción, p. 43. (Tradução do autor).

<sup>108</sup> ALUSTIZA, Jimena – *Arquitectura y moda. Formas de arte público*.

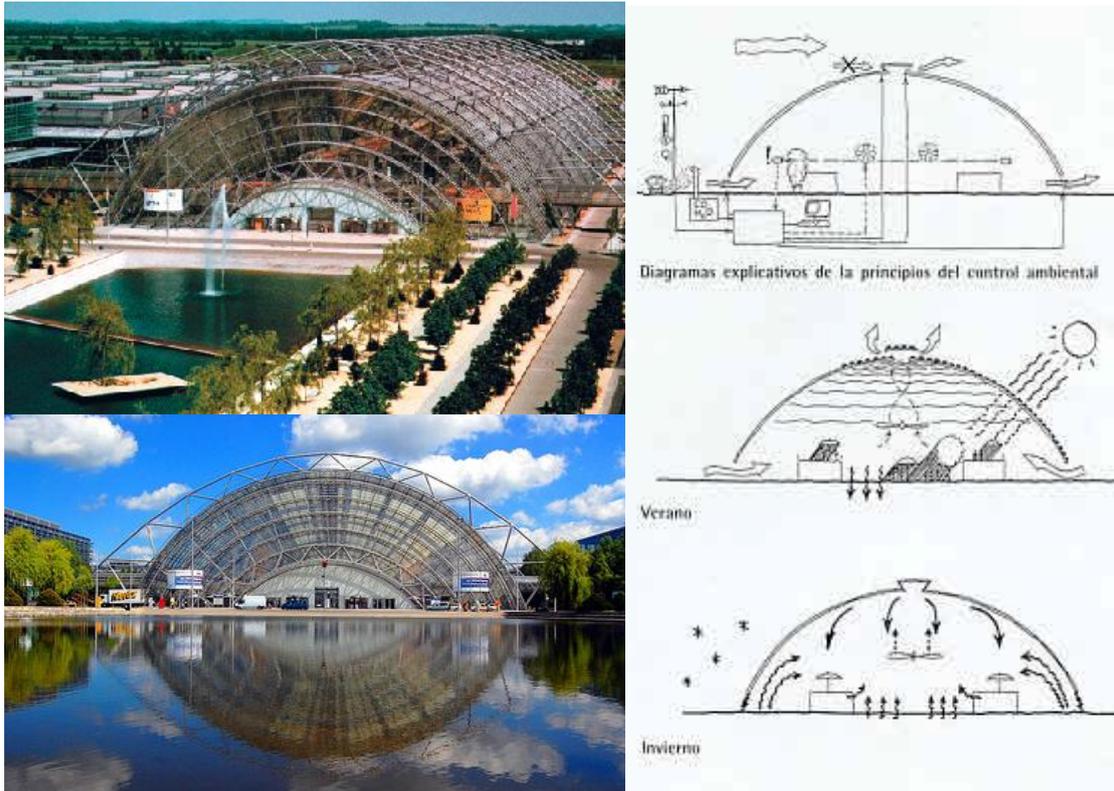


FIG. 49 Leipzig Trade Fair, Alemanha, Von Gerkan and Partners e Ian Ritchie.

terceiro elemento do complexo tem como tratamento para a fachada, um material isolante transparente, reflectores solares e colectores de calor.

O segundo exemplo o *Leipzig Trade Fair* de Von Gerkan Marg and Partners e Ian Ritchie<sup>109</sup>, exposto neste trabalho por expressar um resumo simbólico do progresso, eficiência e tecnologia. O pavilhão de cristal é uma espantosa catedral de luz, desde o interior parece uma membrana abobadada de vidro sem juntas, leve e infinita. O objectivo da estratégia do meio ambiental do pavilhão é gerar um clima externo modificado. No inverno a temperatura eleva-se através de umas bobinas de aquecimento que funcionam sobre o piso, no entanto, como o que se pretende é que o pavilhão tenha um carácter de espaço semi-exterior, são introduzidos elementos tipicamente exteriores tais como magnólias e pavimentos em pedra. No verão, a refrigeração é conseguida através da condução de água fria pelas bobinas, o principal sistema de arrefecimento consiste no aproveitamento da ventilação natural, possível através da abertura da copa da abóbada e dos painéis de vidro do nível inferior. Três diagramas explicativos dos princípios de controlo ambiental. No verão, a refrigeração obtém-se através de ventilação natural forçada, ajudada por um sombreado local, refrigeração do solo e vidro aglomerado. No inverno, o aquecimento é feito por convecção térmica nas bordas e no solo radiante, permitindo manter as temperaturas sempre acima dos 8 graus. A abobada de canhão é coberta por painéis de vidro fixados por parafusos especiais, nos braços de aço fundido. O grande modelo do pavilhão de vidro do século XIX foi dramaticamente reinterpretado, utilizando tecnologias contemporâneas de fixações nodais e juntas de silicone. A ideia de sustentar a pele de vidro de uma estrutura exterior resultou num exterior requintadamente uniforme. As faixas cerâmicas dispostas sobre o vidro protegem contra o calor. O edifício foi desta forma explorado para poder criar uma estimulante fusão de espaço e luz.

Assim como na arquitectura o *High-Tech* encontra-se ligado a um funcionalismo extremo, na moda, existe uma tendência actual que perfila um contexto de plena funcionalidade. Neste contexto, para se poder desenhar uma peça de vestuário terá que se ter em conta que este deverá cumprir determinadas

---

<sup>109</sup> *Ibidem.*



funções. Os materiais usados na moda sofrem um processo de desenvolvimento da fibra e manipulação da estrutura molecular para conseguir as propriedades necessárias para uma maior funcionalidade ambiental. São os chamados “*materiais inteligentes*” tais como fios de fibra e tecidos apropriados para as novas necessidades.

Um material inteligente, tem a capacidade de capturar as informações do meio exterior, para responder de maneira eficiente e desenvolver as funções para as quais foi criado. A funcionalidade no têxtil acentuou-se de tal maneira que a forma para definir um material é feita através da indicação dos benefícios que ela pode fornecer. Isto ocorre no meio de uma sociedade muito acelerada como a actual, e a próxima, porque o individualismo, as tendências hedonistas e o acesso massivo da mulher ao mundo do trabalho influenciaram a preferência em privilegiar a comodidade, a simplificação e a facilidade, três termos antes impensáveis na moda, para além da importância do corpo. No entanto, a roupa ao abandonar a sua função principal de indicador social, passou a responder a partir de exigências de adaptabilidade para a qual foi criada.

A existência de uma preocupação ambiental ligada a questões tecnológicas e de indumentária, é expressa por peças de vestuário conectadas com o exterior a partir de materiais, transformou-se na ligação ideal entre o corpo e a envolvente. O novo vestuário é entendido como um conjunto coerente, que responde também a critérios do meio ambiente e ecológicos, tendendo converter-se num eficaz sistema de controlo entre corpo e o meio ambiente.

O vestuário na sua função de adaptador rápido de benefícios terá a seu encargo as funções de troca com o meio, que antes se exigia à pele como envoltório do corpo. Um bom exemplo desta adaptação de novas funções está relacionado com a chuva. Se um corpo nu caminha debaixo de chuva, a pele vai permitir a saída da transpiração mas vai impedir a entrada de água no corpo. As novas empresas térmicas cumprem com essa adaptação através de um tecido microporoso, que é impermeável e ventilado, é capaz de fazer diferenciação entre o vapor gerado pelo corpo e a natureza.<sup>110</sup> Outros exemplos são as TTT (things that think), entre as

---

<sup>110</sup> SAULQUIN, Susana – *La Moda Después*.



**FIG. 50** *Anorak*,  
Elisabeth de Senneville.



**FIG. 51** *Meias Dim.*



**FIG. 52** Casaco com Telemóvel incorporado.

mais úteis para a qualidade de vida das pessoas, encontram-se as peças de vestuário para vestir que transmitem informação sobre a saúde do usuário, ou óculos de sol com mapas incorporados da cidade. Além disso, através da extrusão consegue-se alcançar o processo de preenchimento e incorporação das fibras de diferentes produtos como perfumes, desodorizantes, baterias, remédios, entre outros.

Tal como nos expõe Jimena Alustriza, na sua tese *Arquitectura y moda. Formas de arte público*, os exemplares deste tipo de abordagem são a *Anorak* com painéis solares de Elisabeth de Senneville, onde são apresentados modelos em matérias neoprene, micro respiráveis e anti-magnético, camadas de carvão activo para proteger-se das ondas magnéticas e da poluição. Outros dos exemplos são as meias cosméticas da *Dim*, que contêm energia. Os tecidos produzem um efeito de massagem, para além de massajar a solas dos pés através de minúsculas pontadas que se encontram no Tecido. Este design faz parte dos têxteis que são realizados para fins medicinais. Por último, temos o casaco com telemóvel integrado. Um vestuário com telemóvel e com todas as comunicações Web. Este tipo de avanço na comunicação, permite inter-relacionar o vestuário com outros agentes externos.

Bradley Quinn (2007) no seu livro *The Fashion of Architecture* faz referência a Hussein Chalayan como um dos pioneiros a integrar novas tecnologias e materiais na configuração de peças de vestuário. Tal como os edifícios, que começam a apresentar respostas e a adaptar-se à envolvente através de sistemas inteligentes que detectam as mudanças climáticas e os alertas de segurança, assemelhando-se a organismos vivos, visto analisarem a envolvente do edifício, recolhendo informações para estruturarem sistemas que respondam ao seu meio, o designer de moda Hussein Chalayan espelha esses mesmos “sistemas inteligentes” na sua criação “*Remote Control Dress*” 2000 (ver FIG.7). Chalayan analisa de que forma a peça de vestuário pode evoluir à volta do corpo numa relação espacial com a sua envolvente: “*Se alterarmos a forma como o organismo se depara no espaço em torno dele, em seguida, o corpo muda tudo no espaço que o afecta*”, explicou Chalayan. “*O vestido também pode ser transformado de forma invisível pelo ambiente. A ideia era uma força tecnológica entre o ambiente e a*



peessoa”<sup>111</sup>. A obra é concebida segundo os sistemas inteligentes que controlam e regulam as funções dos edifícios modernos sendo um grande triunfo hi-tech. “O vestido expressa a relação do corpo com um monte de coisas invisíveis e intangíveis - gravidade, tempo de voo, as ondas de rádio, velocidade, etc.”, expõe Chalayan. “Parte disso faz com que o tangível invisível, mostre que o invisível pode transformar algo e dizer algo sobre a relação do objecto - o vestido no presente caso - entre a pessoa que o usa e o ambiente que o rodeia”<sup>112</sup>.

*Remote Control Dress* demonstra que uma peça de roupa em si pode ser construída de modo a interagir com outros seres humanos, bem como sistemas informáticos distantes no tempo e no espaço. Neste ponto de vista, o vestuário utiliza a tecnologia para poder melhorar as relações individuais com o mundo material. Estabelece uma nova afinidade entre o corpo humano e o seu envolvente, possibilitando a transmissão de informação entre o usuário e a envolvente construída à sua volta. “*Remote controle Dress*” foi concebido como uma máquina interactiva que deambula pela cidade e se envolve com edifícios, bem como com o público, estimulando uma relação com o espaço público através da introdução de experiência pessoal. Os sistemas de transmissão embutidos nos edifícios inteligentes incluem tecnologias de reconhecimento de voz, sensores avançados, transmissores infravermelhos e novos tipos de interfaces. Neste sentido o vestido de Chalayan constitui uma ligação entre a roupa e o edifício, através de uma tecnologia, o primeiro mecanismo de rádio transmissão que foi apresentado como uma peça de vestuário de moda em total funcionamento, tendo a capacidade de interactuar com sensores embutidos nas estruturas arquitectónicas que o rodeiam.

### **Arte Cosmética**

A arte cosmética, cuja raiz grega significa adorno, representa um modo de mostrar a própria individualidade e de comunicar mensagens através de uma linguagem de sedução: as maquilhagens, as tatuagens, perfumes, desodorizantes, e

---

<sup>111</sup> QUINN, Bradley – *The Fashion of Architecture*, p. 129. (Tradução do autor).

<sup>112</sup> *Ibidem*, p. 127. (Tradução do autor).



**FIG. 53** Vestido *Tattoo*, coleção Outono/inverno 1971, Issey Miyake.



**FIG. 54** Coco Chanel

todos os produtos de beleza para a pele e para o cabelo. As suas intervenções convivem de forma directa na superfície do corpo. Estas técnicas são aplicadas em resposta à elaboração do “*corpo espectáculo*”, que se encontra cada vez mais presente na moda e na sociedade materialista e superficial da qual fazemos parte. A arte do ornamento imprime nas pessoas que os usam, signos de diferenciação e personalização efectuada de forma indirecta através de objectos ornamentados, como jóias, óculos, carteiras, chapéus, lenços, cintos, entre outros, sendo representantes de uma função utilitária, estética, mágica ou como símbolo de estatuto social.

Na moda podemos verificar uma reinterpretação da cosmética. Passaremos a citar exemplos de designer de moda que aplicam o conceito de cosmética nas suas roupas. Issey Miyake desenha uma peça de roupa onde remota o conceito de *tattoo* das antigas civilizações. Os distintos exemplos de pintura e tatuagens assemelham-se a roupa de vestir, os desenhos geométricos e as decorações que embelezam e ressaltam certas partes do corpo, conseguem transformar a pele humana num tecido. É isso que faz Miyake, estampa motivos típicos das tatuagens orientais em tecidos de Lycra cor de pele, simulando a tatuagem com um tecido de vestuário. No caso de Coco Chanel, a sua assinatura sempre foi mais associada a acessórios de moda. A sua assinatura é representante de cadeiras douradas, chapéus, perfumes, os clássicos colares de pérolas assim como linhas de óculos de sol.<sup>113</sup>

*“Os ornamentos pendurados no corpo como entidades distintas, na forma de jóias, reforçam a estrutura e a integridade do corpo como tal. Os cosméticos são uma camuflagem erótica; relacionam-se sempre e unicamente com zonas particulares da pele. Profundo e intrinsecamente material, os cosméticos ultrapassam a materialidade para se converterem na alquimia moderna ao transubstanciar a pele em imagem, ansiosa ou repugnante, entrando em jogos distintos das percepções e subjectividades das pessoas. Ali onde os ornamentos conservam a sua identidade como entidades, os cosméticos funcionam como campos, tais como rubor, ou sombra, ou reflexo, como aura ou ar. A subtileza, a aderência e a correcta desfocagem são*

---

<sup>113</sup> ALUSTIZA, Jimena – *Arquitectura y moda. Formas de arte público.*



FIG. 55 Edifício de armazenamento Ricola, Suíça, Herzog & de Meuron.

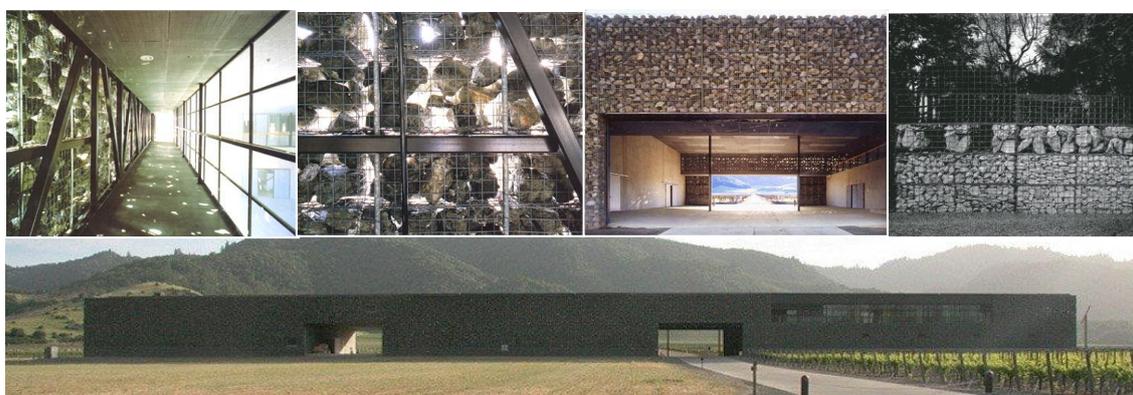


FIG. 56 Vinícola de Dominus, Califórnia, Herzog & de Meuron.



FIG. 57 Galerias Goetz, Alemanha, Herzog & de Meuron.

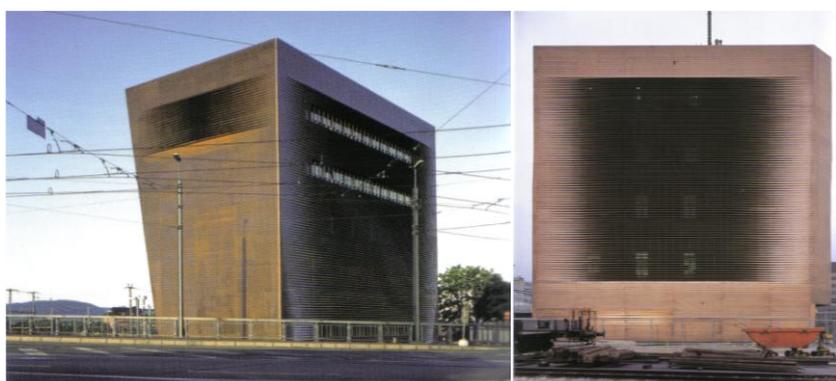


FIG. 58 Posto de sinalização 4 Auf dem Wolf,, Suíça, Herzog & de Meuron.

*elementos cruciais para o efeito cosmético, que é mais visceral do que intelectual, mais atmosférico do que estético. O virtuosismo na ornamentação requerer equilíbrio, proporção, precisão; o virtuosismo na cosmética, requerer algo mais, algo inquietante: controlo paranóico, controlo fora de controlo, controlo-esquiço*".<sup>114</sup>

O conceito de *cosmética*, também é um conceito muito importante para prosseguirmos numa abordagem analógica entre arquitectura e moda, mais precisamente entre o vestuário e o edifício. No entanto, quando falamos de *Cosmética* devemos ter em conta também o conceito de ornamentação. Sendo desta foram pertinente passarmos a uma diferenciação entre os dois conceitos já expostos. Os ornamentos são peças de acessório que acompanham e decoram as estruturas, são uma espécie de adorno aplicado nas fachadas. Geralmente, são utilizados para ocultar as estruturas de sustentação do edifício. A *Cosmética*, por sua vez, é um tratamento superficial feito na pele dos edifícios, pretendendo, especialmente, embelezar a superfície. Constitui uma parte natural da fachada, ao contrário do ornamento que consiste num agregado. Herzog & de Meuron são exemplo de arquitectos que aplicam a astúcia da cosmética como recurso de desenho. Em toda extensão do edifício para o *Armazém da fábrica Ricola*<sup>115</sup> na Suíça (1986-1991) são mostradas umas placas horizontais com variadas larguras, sendo cada vez menores, criando um efeito que parece reduzir a altura do edifício.

Outro dos edifícios dos arquitectos é a *Vinícola de Dominus*<sup>116</sup> (1995-1997), na Califórnia, característico pelas suas paredes grossas feitas com pedra e aço, inspiradas num gavião (muros de sustentação feito de pedras, arrumadas dentro de uma tela) que apresenta uma forte textura, para além de uma arquitectura inovadora e diferenciada. As *Galerias Goetzs*<sup>117</sup> (1989-1992), no inverno ao anoitecer e quando já não existem praticamente folhas, as luzes do interior reluzem através das bandas horizontais do vidro fosco. *O posto de sinalização 4 Auf dem Wolf*<sup>118</sup> (1992-1997) na Basileia, Suíça é uma caixa enigmática recoberta por uma pele isotrópica em laminas de cobre de 20 cm de altura que anula a divisão

<sup>114</sup> "El Croquis" – Herzog & De Meuron 1993-1997, vol. 84, p. 26. (Tradução do autor).

<sup>115</sup> "El Croquis" – Herzog & De Meuron 1983-1993, vol. 60, p. 84-93.

<sup>116</sup> "El Croquis" – Herzog & De Meuron 1993-1997, vol. 84, p. 182-191.

<sup>117</sup> "El Croquis" – Herzog & De Meuron 1983-1993, vol. 60, p. 94-103.

<sup>118</sup> *Ibidem*, p. 70-79 e 160-163.



dos pavimentos. Essas riscas horizontais, que absorvem ou reflectem a luz com diferenciados graus de intensidade, tem um brilho castanho alaranjado quando sobre o reflexo da luz diurna. Cada lâmina gera um gesto hipnótico, efémero de luz, sombra e forma numa grande parte da área da pele.

### **Estratégias tectónicas**

Em 1988, Gilles Deleuze<sup>119</sup> escreveu *A Dobra*. “*Deleuze via o mundo material e metafísico em termos de inflexões do espaço, movimentos e tempo, interpretando estéticas como um corpo de inflexões infinitas e superfícies que curvam e entrelaçam-se através de um espaço e tempo comprimidos*”.<sup>120</sup> Muitas das teorias Pós-Modernas vão de encontro com a linha de pensamento de Deleuze passando a articular uma nova caracterização metafísica, preocupadas com factores de experiências espaciais dinâmicas, interactivas, flexíveis e efémeras, muito contrárias ao conceito de *firmitas* de Vitruvio que reivindica um espaço firme, estático e permanente. “*Eles [Pós-Modernos] descrevem este paradigma como uma reorientação literal da arquitectura de um estado sólido para o gasoso da matéria. No estado de transição do sólido para o líquido, as qualidades materiais e conceptuais dos têxteis e do design têxtil, tornam-se relevantes para o novo paradigma de desenho espacial*”<sup>121</sup>. Desta forma, os arquitectos passaram a interpretar *A Dobra* como descodificação dos significados relativos das superfícies, identificando expressões de estruturas, vazios e ornamentação.

Cada vez mais os designers de moda e os arquitectos partilham técnicas de construção. Os arquitectos começam a olhar para as técnicas de costura da moda, tais como pregas e drapeados para alcançar formas mais fluidas e complexas a partir de materiais duros. Também os designers de moda começam a empregar métodos de engenharia como balances e suspensões para elaborar criações. Grande parte da transmutação de técnicas foi possível graças à evolução da tecnologia de materiais e ao software de design. Desta forma variados arquitectos

---

<sup>119</sup> Filósofo Francês.

<sup>120</sup> QUINN, Bradley – *The Fashion of Architecture*, p. 215. (Tradução do autor).

<sup>121</sup> GARCIA, Mark – *Architecture + Textiles = Architextiles*, p. 8. (Tradução do autor).

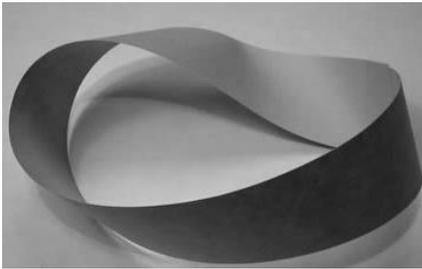


FIG. 59 Fita Möbius



FIG. 61 *Infanta Dress*,  
Coleção Outono/Inverno,  
2005-06, Yeohlee Teng

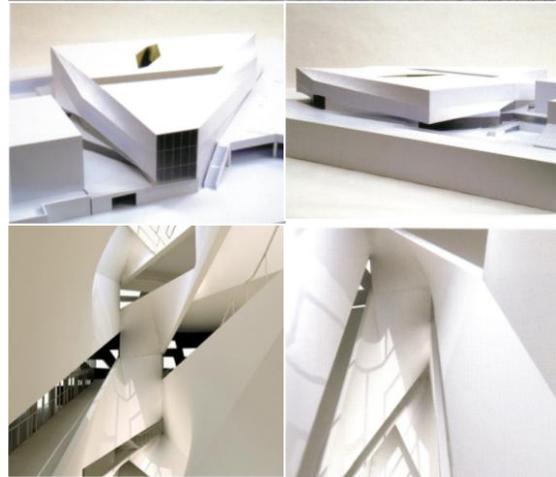


FIG. 60 *Tel Aviv Museum of Art*, Israel, Preston Scott Cohen.



FIG. 62 *Packing dress*,  
coleção Primavera/Verão  
1988, Isabel Toledo.



FIG. 63 Vestidos da coleção  
Outono/Inverno 1998-99 Junya  
Watanabe



FIG. 64 Vestido da coleção  
Primavera/Verão 2002-03 e da  
coleção Outono/Inverno 2004-  
05 Narciso Rodriguez.

e designers têm vindo a desenvolver modelações do invólucro, assim como volume espacial.

O uso da geometria para gerar forma é uma estratégia partilhada pelos arquitectos e pelos designers de moda. Formas simples como círculos, quadrados e elipses e formas complexas tais como toros e a *fita de Möbius*<sup>122</sup>, com torcidas flexões e forma contínua, são usadas nas duas disciplinas.

Preston Scott Cohen é um dos exemplos de arquitectos que trabalha com geometria descritiva e projectiva. Cada novo projecto desenvolve-se a partir de uma investigação contínua, elaborada sobre o potencial da geometria para remodelar a linguagem arquitectónica. O seu reportório de formas arquitectónicas tridimensionais é baseado em tipos de construções familiares distorcidas por projecções oblíquas. Os seus projectos resultam de um trabalho complexo onde são exploradas formas inusitadas, como o toro, para criar efeitos espaciais. O edifício de Cohen para *Tel Aviv Museum of Art* (2003-2010)<sup>123</sup> é organizado em torno de uma síntese de linhas oblíquas e parábolas hiperbólicas. Ao torcer as fachadas define uma sequência de circulação ao redor e dentro do edifício, enquanto dentro de um espiralado átrio, extrai luz para dentro do espaço das galerias localizadas três andares abaixo do solo. Descontínuos planos do edifício, que na realidade são alinhados de acordo com eixos independentes, resolvem a diferença entre o lugar idiossincrático triangular e as flexíveis galerias rectangulares no interior.

A importância da geometria como uma fonte geradora também pode ser verificada no mundo da moda. Criações como *Infanta Two-Circle Dress* (Outono/Inverno 2005-2006) da designer de moda Yeohlee Teng, *Packing Dress* (Primavera/Verão 1988) de Isabel Toledo, *Wired Dress* (Outono/Inverno 1998-1999) de Junya Watanabe e vestidos da colecção Primavera/Verão 2003 e Outono/Inverno 2004-2005 de Narciso Rodriguez, são exemplos da apropriação

---

<sup>122</sup> A fita de Möbius é um espaço topológico criado a partir da junção de duas extremidades de uma fita, depois de se ter efectuado meia volta numa delas. O seu nome vem do matemático alemão, August Ferdinand Möbius, que a estudou em 1858. SCHILLER, Francis – *A Möbius strip: fin-de-siècle neuropsychiatry and Paul Möbius*.

<sup>123</sup> RAHIM, Ali e JAMELLE, Hina – *Elegance*, p. 54-61.



**FIG. 65** *Max Reibhart Haus*, Peter Eisenman.



**FIG. 66** *Torre da CCTV*, China, Rem Koolhaas.



**FIG. 67** *Vestido Möbius*, 2005, J. Meejin Yoon.



**FIG. 68** *21st Century Museum of Contemporary Art*, Japão, Kazuyo Sejima + Ryue Nishizawa/SANAA.



**FIG. 69** *Top e Saia Whalebone*, colecção *Wedding Primavera/Verão 1999*, Yohji Yamamoto.

da geometria como base de trabalho para a criação, cada um inspire-se a partir da geometria mas de variadas formas.<sup>124</sup>

Mas voltando novamente para o mundo da arquitectura, outros exemplos que podemos citar são os arquitectos Eisenman e OMA/Koolhaas, que têm explorado a torção da forma contínua da fita de *Möbius* para gerar edifícios. O edifício *Max Reinhardt Haus* de Eisenman<sup>125</sup> (não construído 1992-1993) e a *Torre da CCTV*<sup>126</sup> de Koolhaas (2002), em Pequim, são exemplos do emprego de fita de *Möbius* no alto de edifícios verticais. Esta mesma estratégia pode ser vista no trabalho do arquitecto J. Meejin Yoon. Partindo do seu duplo interesse por moda e arquitectura ele cria um vestido intitulado de *Möbius* (2005), no qual uma tira de Möebius grande, é colocada à volta do corpo criando uma peça de roupa.

O uso de formas geometrias simples também pode ser visto nas duas disciplinas. O *21st Century Museum of Contemporary Art*<sup>127</sup>, Kanazawa, Japão (2004) de Kazuyo Sejima + Ryue Nishizawa/SANAA transpõe luminosidade, transparência e uma utilização simples de formas geométricas para gerar composições espaciais. O uso do transparente e translúcido nas superfícies exteriores estabelecem relações subtis, entre interior/exterior, individual/comunitário, público/privado. A camada exterior do edifício é um cilindro rebaixado feito com duas camadas de vidro laminado. O edifício de planta circular, elimina a hierarquia tradicional das fachadas e as entradas (quatro) estimulam uma multiplicidade de abordagens e orientações. O museu contém um número de volumes individuais quadrados e circulares de variados tamanhos. Tal como SANAA, Yohji Yamamoto expressa o mesmo tipo de abordagem na sua criação *Whalebone Top and Skirt* da coleção *Wedding* (Primavera/Verão 1999).

Outra das estratégias adoptadas pelas duas disciplinas em estudo é a pele estrutural. Quer na moda quer na arquitectura desenvolvem-se peles compostas pela superfície e pela estrutura. Estrutura e fachada juntam-se numa única

---

<sup>124</sup> HODGE, Brooke ; MEARS, Patricia ; SIDLAUSKAS, Susan – *Skin + Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture*.

<sup>125</sup> “El croquis” – *Peter Eisenman 1990-1997*, vol. 83, p. 112-119.

<sup>126</sup> “El croquis” – *OMA 1996-2006*, vol. 130/131, p. 270-311.

<sup>127</sup> “El Croquis” – *SANAA 1998-2004*, vol. 121/122, p. 60-109.

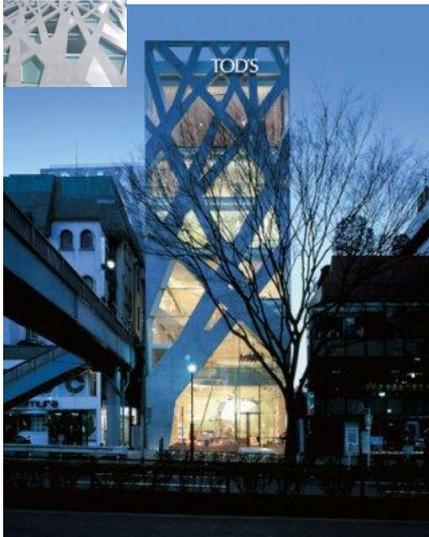


FIG. 70 Tod's Omotesando, Toyo Ito.



FIG. 71 Biblioteca Central de Seattle, Rem Koolhaas.



FIG. 72 *Inside Out 2way*, coleção Primavera/Verão 2004, Yoshiki Hishinuma.



FIG. 73 Walt Disney Concert Hall, Frank Gehry.



FIG. 74 *East Beach Café*, Heatherwick Studio.

superfície. O edifício *Tod's Omotesando*<sup>128</sup> de Toyo Ito, em Tóquio (2002-2004) apresenta uma superfície de vidro com pesadas vigas de betão, cruzadas, criando um padrão que faz referência às árvores e que caracterizam a imagem do edifício. *A Biblioteca Central* de Seattle<sup>129</sup> (1999-2004) de Koolhaas e Joshua Prince-Ramus de OMA estica uma pele com malha em losango. Todo o edifício está envolto por uma pele em malha com painéis em forma de diamante de vidro (como uma meia de rede), criada a partir de uma grelha de aço que funciona como uma parede cortina transparente e um sistema estrutural. Tal como Toyo Ito e Koolhaas, Yoshiki Hishinuma na sua criação *Inside Out 2way Dress*<sup>130</sup> (Primavera/Verão 2004) expressa a pele estrutural. Este vestido apresenta umas tiras de fita adesiva opaca que seguram o vestido juntando os tecidos e estrategicamente ocultando algumas das partes do corpo. Os arquitectos têm vindo a utilizar avançados materiais tecnológicos e a tecnologia digital para reinventar as formas da pele de um edifício. A verdade é que estes avanços tecnológicos promoveram uma variedade de abordagem em torno do invólucro do edifício, possibilitando uma multiplicidade de formas arquitectónicas. Algumas das estratégias adoptadas pelos arquitectos para moldar o invólucro do edifício, são baseadas em estratégias de confecção de uma peça de roupa. Desta forma, podemos identificar plissados, impressões, drapeados, dobragens e tecelagem expostos na forma arquitectónica. No projecto *Walt Disney Concert Hall*<sup>131</sup> (1987-1999/2003), Frank Gehry envolve a complexa estrutura ondulada construída em aço inoxidável para criar uma memória das construções curvilíneas das velas de um navio. Este projecto marca a adopção de Gehry ao sistema de desenho tridimensional assistido por computador como o CATIA (Computer Aided Tridimensional Interactive Application), um programa de software aplicado para realizar desenhos arquitectónicos. *East Beach Café*<sup>132</sup> (2007) de Heatherwick Studio foi inspirado num pedaço de madeira,

---

<sup>128</sup> "El Croquis" – *Toyo Ito 2001-2005*, vol 123, p. 258-285.

<sup>129</sup> "El Croquis" – *OMA 1996-2007*, vol. 134/135, p. 62-117.

<sup>130</sup> HODGE, Brooke ; MEARS, Patricia ; SIDLAUSKAS, Susan – *Skin + Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture*.

<sup>131</sup> "El Croquis" – *Frank Gehry 1996-2003*, vol. 117, p. 50-87.

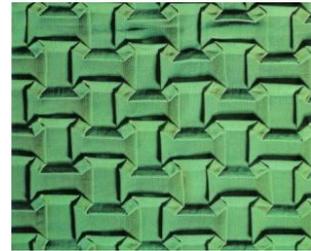
<sup>132</sup> HODGE, Brooke ; MEARS, Patricia ; SIDLAUSKAS, Susan – *Skin + Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture*.



**FIG. 75** Vestidos da coleção Primavera/Verão, Isabel Toledo.



**FIG. 76** *Fiamma*, 1993, Nanni Strada.



**FIG. 77** *Matrix*, 1995, Nanni Strada.



**FIG. 78** Vestido da coleção Outono/Inverno 2003-04, Alber Elbaz e Lavin.



**FIG. 79** Coleção Outono/Inverno 1997-98, Dries Van Noten



**FIG. 80** *Rapunzel*, Coleção Outono/Inverno 2005-06, Eley Kishimoto



**FIG. 81** *Fire*, Coleção Outono/Inverno 2005-06, Eley Kishimoto

embora o invólucro faça referência a formas naturais do mar e da costa como dunas de areia, ondas e rochas. O exterior do edifício é realizado em aço leve, enferrujado e revestido com um óleo especial para protegê-lo dos elementos externos. Construído como um puzzle gigante, é composto por várias fitas aço planas, cada uma com uma forma única, sendo o edifício aberto para o mar na parte da frente. Tal como um casco de um navio o edifício apresenta uma estrutura auto-sustentável (monobloco), apresentando desta forma opções de materiais que fossem capazes de responder ao ambiente local.

Designers de moda têm vindo a utilizar a tradicional técnica de costura como os plissados para poder criar superfícies inusitadas e para aumentar o volume. Esses plissados são expressos em obras como *Pleated dress* Primavera/Verão 2005-06 de Isabel Toledo, “*Fiamma*” (1993) e “*Matrix*” (1995) de Nanni Strada e o vestido da colecção Outono/ Inverno 2003-2004 de Alber Elbaz e Lanvin<sup>133</sup>. Essas formas esculturais e a manipulação da superfície das peças plissadas também inspiraram uma série de arquitectos. Gehry faz parte dessa gama de arquitectos que utiliza essa estratégia, e pode ser vista no seu edifício AIC em Nova York (ver FIG. 5). O projecto foi concebido tendo em consideração as velas dos navios, pedido feito pelo presidente Barry Diller. A composição do edifício é totalmente em vidro, e cada peça de vidro foi curvada através de um processo de deformação a frio, realizado no local para afluir a especificas curvaturas de cada painel. A cor branca do edifício foi conseguida através da adição de esmalte branco para reflectir a luz e reduzir o brilho. Estas manchas brancas foram estrategicamente colocadas abaixo da altura da cintura e acima da altura da cabeça para permitir a visualização do exterior e alteram a cor conforme as condições meteorológicas.

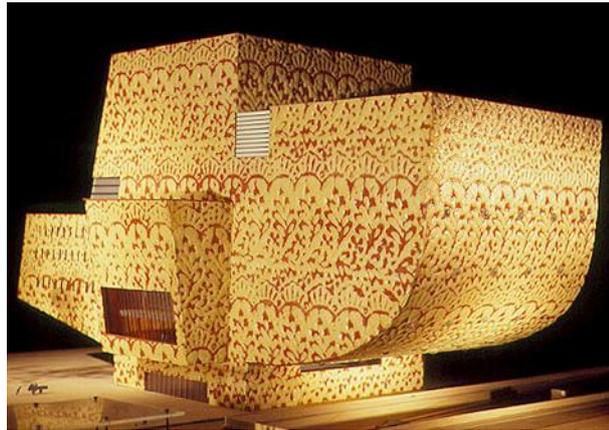
Estimulados pela moda, especialmente pelas qualidades de padrão e texturas, alguns arquitectos elegeram exuberantes motivos impressos para envolver os edifícios. As técnicas de impressão podem ser vista na moda em criações da colecção Outono/Inverno 1997-1998) do designer de moda Dries Van Noten, na coleção *Dark Wood Wander* Outono/Inverno 2005-2006 de Eley

---

<sup>133</sup> *Ibidem*.



**FIG. 82** *Architectural Print Dresses*, Coleção *Before Minus Now Primavera/Verão 2000*, Hussein Chalayan.



**FIG. 83** *Concert Hall*, Bélgica, Neutelings Riedijk Architects.



**FIG. 84** *Torre Hairywood*, 6a Architects.



**FIG. 85** *Mercado Santa Caterina*, Barcelona, EMBT Architects.



**FIG. 86** *Ricola*, Herzog & de Meuron.

Kishimoto, assim como na *Architectural Print Dresses* da colecção *Before Minus Now* (Primavera/Verão 2000) de Hussein Chalayan<sup>134</sup>. Na arquitectura podemos ver expressa a estratégia de impressão na pele do edifício no trabalho de Neutelings Riedijk Architects, *Concert Hall*<sup>135</sup> (1998) na Bélgica, os arquitectos propuseram uma construção escultórica envolta numa pele delicada de cor de areia perfurada com uma folha padrão baseada e apoiada com painéis de bronze. O trabalho de filigrana exposto na pele expõe referências do trabalho da catedral medieval vizinha assim como das rendas que fazem parte da história da cidade. A torre Hairywood<sup>136</sup> de 6a architects foi criada em 2005 para a inauguração da nova galeria da Architect Foundation na Old Street e tinha como objectivo questionar a arquitectura, a cidade e a relação do público com ambas. A construção assemelha-se a um farol e é feita em madeira cortada a laser com o padrão “*Rapunzel*” que Eley Kishimoto utilizou na colecção *Dark Wood Wander*. O *Mercado de Santa Caterina*<sup>137</sup> (1997-2005) em Barcelona, de Enric Miralles Benedetta Tagliabue / EMBT Architects, é uma renovação do mercado municipal pré-existente projectado em 1848 pelo arquitecto Joseph Masvila. O mercado envolve uma forte acção sobre o tecido urbanístico, adjacente à estrutura existente, para racionalizar a sua implantação. Esta interligação é conseguida através de uma nova cobertura, revestida a cerâmica, que envolve a estrutura de três andares e é estendida para além do perímetro da primeira estrutura. A essência do projecto baseia-se no desenho dessa cobertura, que é inspirado em formas orgânicas, tendo como base a metáfora de um matizado pela recordação de frutas e legumes. A cobertura é desta forma representante da fachada mais importante do edifício. Com uma forma ondulada, a cobertura assemelha-se às dobras de uma saia impressa.

O edifício *Ricola*<sup>138</sup>, dos arquitectos Herzog & de Meuron, tem uma impressão na pele comparável aos têxteis de moda. A fachada é composta por painéis translúcidos de policarbonato que contem impressões de um motivo

---

<sup>134</sup> *Ibidem*.

<sup>135</sup> “El Croquis” – *Neutelings/Riedijk 1992-1999*, vol. 94, p. 206-213.

<sup>136</sup> HODGE, Brooke ; MEARS, Patricia ; SIDLAUSKAS, Susan – *Skin + Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture*.

<sup>137</sup> “El Croquis” – *EMBT 2000-2009 Enric Miralles/Benedetta Tagliabue*, vol 144, p. 124-147.

<sup>138</sup> “El Croquis” – *Herzog & De Meuron 1993-1997*, vol. 84, p. 94-105.



**FIG. 87** *Brown Duchesse Satin Bird of Paradise*, coleção *Propaganda* Outono/Inverno 2005, Vivienne Westwodd.



**FIG. 88** Coleção Primavera/Verão 2006, Yohji Yamamoto.



**FIG. 89** *Curtain Wall House*, Shigeru Ban



**FIG. 90** *Temple*, Heatherwick Studio.



**FIG. 91** *Clustering Beauty*, Coleção Primavera/Verão 1998, Comme des Garçons.



**FIG. 92** Vestidos da coleção *Bellows* Primavera/Verão 2000, Yoshiki Hishinuma.

vegetal repetido baseado numa fotografia de Karl Blossfeldt que referencia a identidade corporativa do edifício como fabricante de pastilhas de erva.

Na moda, os designers utilizam técnicas de modelação, realizadas directamente no manequim, para conseguir criar drapeados que são quase rigorosos na sua forma escultural. Vivienne Westwood utiliza este tipo de estratégia no *Brown Duchesse Satin Bird of Paradise*, um vestido da sua colecção *Propaganda Outono/Inverno 2005*. Assim como Westwood, Yohji Yamamoto utiliza-a no casaco e saia da colecção Primavera/Verão de 2006.<sup>139</sup> Os próprios arquitectos têm traduzido essas dobras drapeadas da moda e dos têxteis, em peles de edifícios, fluidas e rígidas, muitas vezes efectuada através da distorção e da manipulação de materiais duros transformando-os em suaves cortinas – como dobras. Sobre este exercício temos os edifícios *Curtain Wall House* de Shigeru Ban e o *Temple* do Heatherwick Studio. Inspirado na ideia do sistema estrutural das paredes cortina de vidro, Ban usa um inesperado material de tecido para a *Curtain Wall House*<sup>140</sup>, transformando o convencional drapeamento no exterior do edifício. Uma enorme cortina de tecido que tapa dois pisos, trabalha em conjunto com portas de vidro deslizantes internas, envolve dois lados da casa e quando fechadas oferecem protecção dos elementos e um sentido de casulo como privacidade. O projecto *Temple*<sup>141</sup> foi desenvolvido com o Buddhist Shingon-Shu sect, e destina-se, também, a ser um depositário dos restos cremados. Construído a partir de madeira e vidro, é feito por camadas, cada uma com a altura de um degrau. A forma dobrada é uma consequência da vasta experimentação realizada com diferentes tecidos e pretende ser representativa do pano cerimonial onde está sentado o Buda. Parte do processo de desenvolvimento é feito com a moldagem e digitalização de um tecido utilizando equipamentos de um hospital situado nas proximidades, com a finalidade de produzir um modelo físico.

Na moda a dobra é utilizada para dar estrutura e forma à construção das peças de roupa. São exemplos os vestidos da colecção *Clustering Beauty* Primavera/Verão 1998 de Comme des Garçons e o vestido da colecção *Bellows*

---

<sup>139</sup> HODGE, Brooke ; MEARS, Patricia ; SIDLAUSKAS, Susan – *Skin + Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture*.

<sup>140</sup> *Ibidem*.

<sup>141</sup> *Ibidem*.

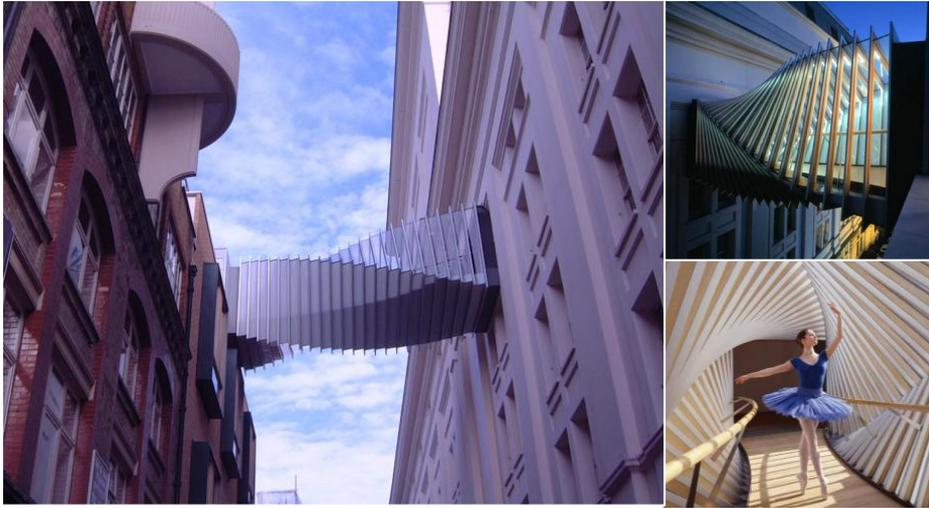


FIG. 93 *Bridge of Aspiration*, Wilkinson Eyre Architects.

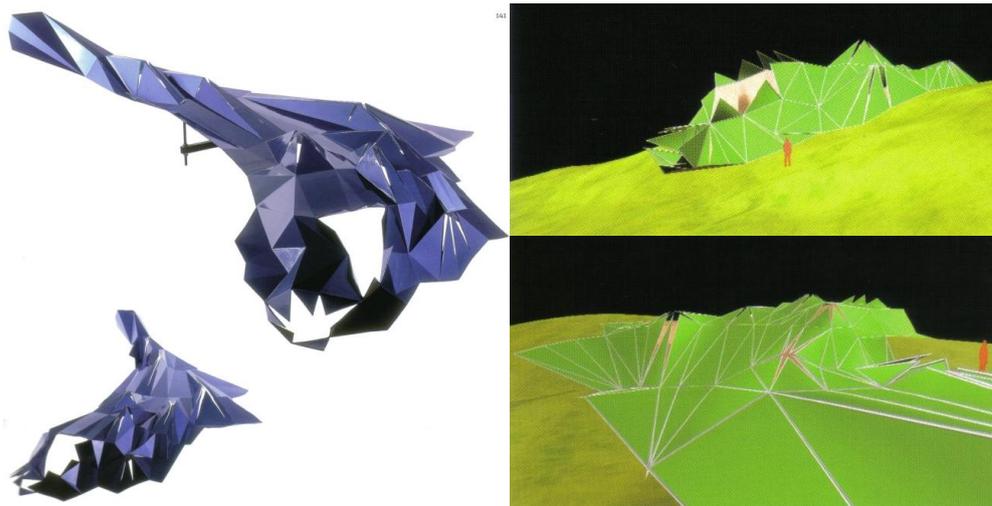


FIG. 94 *House H*, Jakob + MacFarlane.

Primavera/Verão 2000 de Yoshiki Hishinuma.<sup>142</sup> Este combina as novas tecnologias com tradicionais técnicas japonesas para desenvolver têxteis com pregas, franzidos e enrugados que proporcionam textura e volume, trabalhando, a maior parte das vezes, com tecidos sintéticos. O designer do vestido da colecção *Bellows* ilustra a sua investigação sobre as propriedades têxteis para dar volume e forma às peças de roupa. Através da utilização de um tecido com dobras como o origami, consegue criar um efeito semelhante a uma colmeia. Estas técnicas de dobragem da moda têm vindo a ser utilizadas pelos arquitectos desde o início dos anos 90, para conceber um maior interesse visual ao edifício. Isto foi possível através da aplicação de efeitos dramáticos de luz e sombra sobre a superfície exterior e da manipulação da forma volumétrica do interior. A ponte de aspiração (*Bridge of Aspiration*)<sup>143</sup> realizada por Wilkinson Eyre Architects, é uma passagem que permite às Bailarinas passar directamente do quarto piso da *Royal Ballet School* para o *Royal Opera House* sem ser necessário terem que vir à rua. A estrutura é leve, semitransparente e fechada, assemelha-se a um acordeão em expansão. A ponte é constituída por vinte e três portais de alumínio intercalados com vidro e cada portal gira quatro graus em relação ao interior, conseguindo um quarto de rotação global. O torcer da forma como um acordeão evoca a graça e a fluidez da dança.

Os projectos não construídos de Jakob + MacFarlane, *House H*, (2002) e *Puzzle House* (1997), são também exemplares da aplicação de dobragens. A *House H*<sup>144</sup>, consiste numa série de painéis triangulares de plástico translúcido que compactados para delimitar os espaços interiores e descompactados para abrir salas ao ar livre. A forma irregular facetada destorce as convencionais divisões entre paredes e tectos assim como a paisagem sintética destorce a estrutura dos telhados com a envolvente. O trabalho de Brebdan MacFarlane e Dominique Jakob é característico pela sua exploração contínua da relação do edifício com a sua envolvente. Uma vasta gama dos seus projectos investiga o potencial da

---

<sup>142</sup> *Ibidem*.

<sup>143</sup> DAVEY, Peter e FORSTER, Kurt Walter – *Exploring Boundaries: The Architecture of Wilkinson Eyre*, p. 103-112.

<sup>144</sup> *Jakob + MacFarlane: Neo Architecture*.

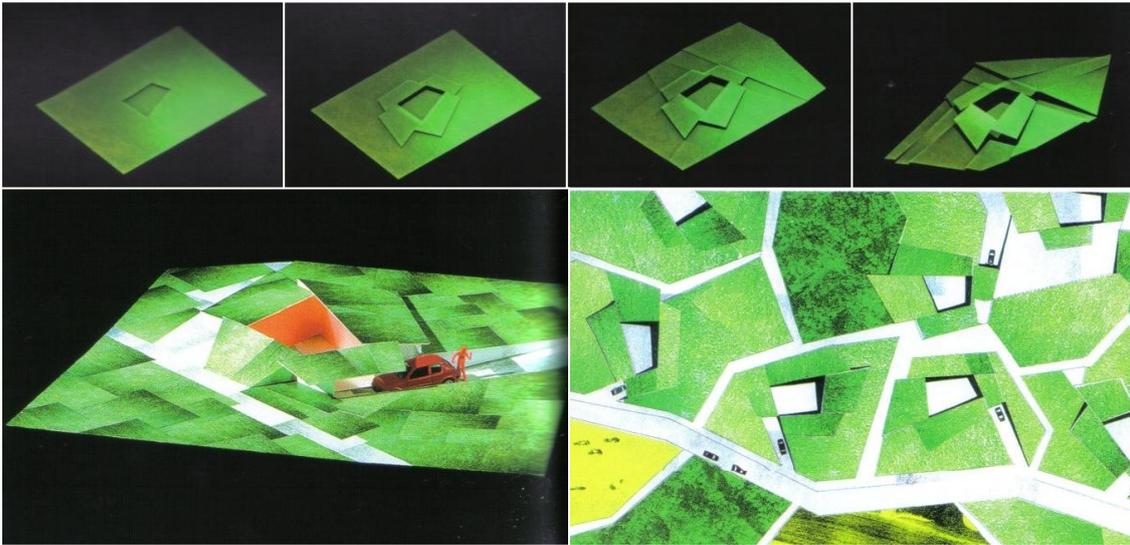


FIG. 95 *Puzzle House*, Jakob + MacFarlane.

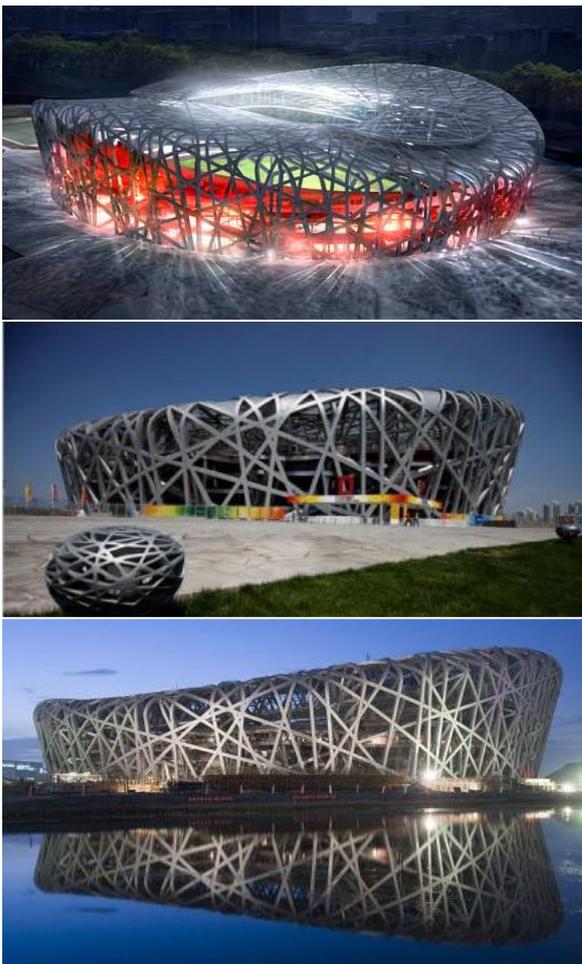


FIG. 96 Estádio para os Jogos Olímpicos de Beijing 2008, Herzog & de Meuron

permutação do revestimento exterior do edifício. No *Puzzle House*<sup>145</sup>, os principais elementos do projecto (casa, pátio central, paisagem e estradas de acesso) interligam-se como peças de um puzzle. Em vez de caracterizar jardins privados, os arquitectos idealizam uma superfície contínua da paisagem partilhada pelas casas vizinhas. Tecido da paisagem dobra e encerra as paredes exteriores e o telhado da casa, situando o edifício dentro da sua envolvente.

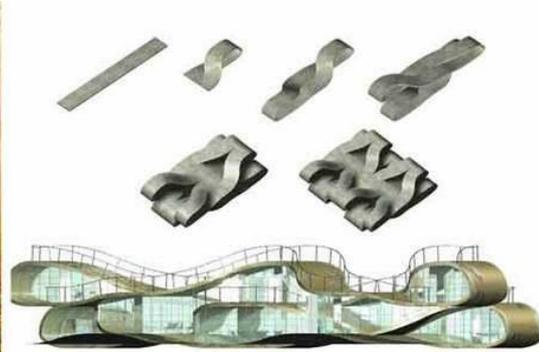
Todavia, a propriedade têxtil que mais atrai investigadores, arquitectos e engenheiros, é a sua técnica de composição treliçada, a qual é ampliada em estruturas de grande escala que funcionam sob tensão. Sobre o assunto Bradley Quinn expõe: “*O entrelaçamento é um sistema no qual toas as fibras estão engatadas mecanicamente de forma continua em intervalos regulares, criando um mecanismo que distribui uniformemente a carga por toda a estrutura*”.<sup>146</sup> Este tipo de construção adoptada à arquitectura é particularmente eficaz em condições externas que provoquem a torção e flexão, semelhante à capacidade de certos chapéus de palha concebidos com o mesmo sistema, os quais podem ser deformados, contudo restabelecendo o seu formato original – uma interpretação bastante *Semperiana* que ecoa a globalização original do “*nó*” como elemento básico de composição estrutural e cujo uso milenar levou à invenção da rede e da malha. As técnicas de tecelagem têxtil começam a ser adoptadas e adaptadas pela arquitectura para ligar o volume espacial dos edifícios, criar espaços interiores entrelaçados e superfícies com capacidades não convencionais. Edifícios como o Estádio para os Jogos Olímpicos de Beijing 2008 na China de Herzog & de Meuron, a *Virtual House* (não construída) de Foreign Office Architects, o Pavilhão do Japão para a Expo 2000 da Alemanha de Shigeru Ban (1997-2000) e o MAXXI: National Museum for the 21st Century Arts (1997-2009) de Zaha Hadid Architects, adoptam a estratégia de tecelagem. O cesto tecido de aço dá forma ao Estádio dos Jogos Olímpicos de Beijing<sup>147</sup>. Representa ao mesmo tempo fachada e estrutura de suporte de carga, pele e estrutura. Os elementos estruturais apoiam-se mutuamente uns aos outros – como os galhos entrelaçados de um ninho de

---

<sup>145</sup> *Ibidem*.

<sup>146</sup> QUINN, Bradley – *Textiles in architecture*, p. 24. (Tradução do autor).

<sup>147</sup> “El Croquis” – *Herzog & De Meuron 2002-2006*, vol 129/130, p. 348-365.



**FIG. 97** *Virtual House*, Foreign Office Architects



**FIG. 98** Pavilhão do Japão para a Expo 2000 da Alemanha, Shigeru Ban



**FIG. 99** *MAXXI: National Museum for the 21st Century Arts*, Zaha Hadid.

pássaro – e convergem numa formação espacial em grelha onde a fachada, as escadas, a estrutura da bacia e o telhado estão integrados. O projecto é caracterizado pela utilização de um material que ao serpentear cria espaços diferenciados através de constantes alterações de relação entre planos e, conseqüentemente, da relação métrica desses mesmos espaços. O projecto é tanto a nível das temáticas exploradas como da própria formalização, exemplo da abordagem digital das problemáticas arquitectónicas e do seu retorno a uma existência formal, tridimensional em ambiente real. A *Virtual House*<sup>148</sup> foi o projecto vencedor de um concurso que pedia que os arquitectos explorassem a ideia do virtual através do programa de uma casa. O projecto apresenta ideias diferentes de movimento e formas de expressão. O movimento foi conseguido através da utilização de extrudidas fitas flexíveis, entrelaçadas umas com as outras. O carácter virtual do espaço foi sublinhado pelo facto do projecto poder ser colocado “em qualquer lugar”.

O projecto de Ban para a Expo 2000<sup>149</sup> teve como tema o desenvolvimento sustentável. Ban desenhou uma estrutura de tubos de papel reciclado, coberto com uma capa de papel de fibra de vidro reforçada.

Concebido com a colaboração de Patrick Schumacher, na sequência de um concurso internacional, o projecto de Hadid para MAXXI<sup>150</sup> é considerado uma segunda pele do local para além de ser concebido como uma estrutura à base de ruas ao contrário dos edifícios convencionais. O efeito de edifício/arruamento é conseguido pela utilização de formas ondulantes e sinuosas e acentuado pelo revestimento de betão aparente, cinza, a cor das vias. O edifício é serpenteado e cheio de movimento e dinamismo, interceptando as ruas através da criação de acessos e envidraçados, interagindo com os transeuntes e comunicando com os edifícios mais próximos.

---

<sup>148</sup> HODGE, Brooke ; MEARS, Patricia ; SIDLAUSKAS, Susan – *Skin + Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture*.

<sup>149</sup> *Ibidem*.

<sup>150</sup> El Croquis – *Zaha Hadid 1989-2004*, vol. 52/73/103, p.414-425.



## CONCLUSÃO

Neste estudo foi possível identificar características presentes simultaneamente na Moda e Arquitectura. Na verdade desde à muito tempo que as duas disciplinas partilham a relação de abrigo e identidade e estratégias formais análogas para a sua construção e idealização. Ao longo da História do vestuário é possível identificar peças e criações cuja inspiração terá surgido de formas arquitectónicas e identificar também a inspiração proveniente da Moda na Arquitectura. A década de 80 do século XX terá sido o período onde mais se acentuou esse “*beber de inspiração*” recíproco com a ascensão de grandes estilistas e marcas como *Comme des garçons*, *Yohji Yamamoto* e *Issey Miyake*, que numa explosão de criatividade, desafiaram os limites do aceitável, encorajando uma abordagem mais radical no meio do design de moda, influenciando uma nova geração de designers da década de 90 como *Martin Margiela*, *Hussein Chalayan* e *Viktor & Rolf*. Na década de 90 também se verificou a introdução de sofisticados programas de desenho assistidos por computador, que permitiu aos arquitectos criar superfícies cada vez mais complexas e formas inusitadas. Arquitectos como os suíços Herzog & De Meuron adoptaram as novas técnicas que permitiam criar novas “*peles*” impossíveis de concretizar antes do desenvolvimento do design computarizado, tais como o uso de características presentes em tecidos nas edificações - os rasgos, as impressões, o entrelaçado inspirado nas fibras têxteis, a tecelagem e a incorporação de sistemas de alta tecnologia são exemplos de características visíveis tanto na Arquitectura como na Moda. Com a chegada da obra filosófica *A Dobra* de Gilles Deleuze (1988), assiste-se também a uma nova abordagem filosófica acerca da descodificação dos significados relativos das superfícies, identificando expressões de estruturas, vazios e ornamentações das formas que conduziram a uma nova maneira de pensar e interpretar a expressão artística dos edifícios. No conhecido artigo “*A astúcia da cosmética*” a dupla de arquitectos suíços Herzog & De Meuron sublinha a importância da forma enquanto sinestesia: “*A sedução da forma é muito importante. Apela a todos os sentidos e*



*permite que a percepção seja mais intensa. O monumento icónico adquire assim a qualidade de permanência do monumento, já descrito por Aldo Rossi.”<sup>151</sup>*

Convém frisar a forma como ambas as disciplinas utilizam uma linguagem visual baseada em valores semióticos/significação. A semiótica do espaço na Arquitectura e a construção da imagem na Moda constituem uma forma de linguagem característica da cultura Moderna, onde o espaço passou a ser valorizado, a imagem cultivada e todos os adereços e materialidades estetizadas, pertencas de uma sociedade onde o “*eu material*” é cada vez mais um traço de identidade e poder. Virada para o consumo, ou melhor, para mecanismos desencadeados por uma cultura de consumo, a estratégias de produção da moda de vestuário podem também serem identificadas no mundo da arquitectura, principalmente quando colocada ao serviço da representação de luxo de personalidades corporativas das grandes entidades. É neste sentido que se desenvolve o conceito de edifício icónico, são principalmente edifícios públicos, criados como símbolos de uma cidade, aquele cuja concepção está intrinsecamente ligada ao valor das representações tangíveis em determinada cultura. Na verdade, os edifícios apresentam-se como verdadeiros símbolos, marcas de uma identidade cultural, onde a estetização - característica de uma cultura de consumo - é dominante e a Arquitectura um modo de criação virado para essa cultura de massas onde a exaltação do luxo, do espectáculo e da originalidade são explorados ao máximo. Para uma eficaz autenticação destes edifícios é importante a sua associação a um arquitecto de renome, ou seja, tal como na moda, a marca, ou a assinatura do arquitecto altera o papel social, ou seja a moda e a arquitectura estão mergulhadas no campo da economia e do símbolo, têm semelhantes condições de produção e consumo onde é criada a distinção do produto, sendo deste modo as duas disciplinas representativas de uma imagem. Estas duas disciplinas enquanto mediadoras do espaço urbano compartilham o mesmo conceito de símbolo, e desta forma têm a capacidade de comunicar através de uma linguagem visual, projectando e exteriorizando formas físicas susceptíveis de descodificação e interpretação.

O vestuário e os edifícios são também indissociáveis de questões contextuais e culturais, ambos são elementos mutáveis ao longo dos tempos e

---

<sup>151</sup> “El Croquis” – Herzog & De Meuron 2002-2006, vol. 129/130, p. 30.



terão traços distintivos e peculiares dependendo da cultura. Na época contemporânea, com o desenvolvimento da tecnologia e da globalização tanto a Moda como a Arquitectura passaram a incorporar nas suas criações sistemas tecnológicos capazes de modernizar e agilizar o produto, potenciando por um lado, o seu funcionalismo e conforto, desenvolvendo por outro, estratégias de marketing que foram surgindo na sequência do aparecimento de uma cultura de consumo. A Arquitectura assume, desta forma, um papel primordial na construção de espaços e das infra-estruturas, de tal forma que a sua utilização se tornou uma necessidade comercial, passando a ser um elemento contributivo para a criação de ambientes designados de *retail* e de outras estruturas comerciais projectadas para gerar identidades “*espectaculares*”. É certo que nos dias de hoje se verifica uma crescente dependência da sociedade para com o mundo da imagem, dos *mass media* e da troca de capital que facilita a existência de um tipo de arquitectura ligada ao comércio - os *shoppings*, tornam-se um elemento fundamental na formação da identidade social e de estilo de vida é um espaço cada vez mais alargado à satisfação de necessidades do Homem. Hoje o conceito de *shopping* pressupõe toda uma acessibilidade à satisfação de vontades de uma cultura de massas direccionada para o consumismo. Desta forma, os nomes sonantes do mundo da Moda, tomando consciência do papel da Arquitectura na formação da consciência consumista, juntam-se a esta para criar novos conceitos, novas imagens, e acima de tudo potenciar a sua força no mercado. Passa a estabelecer-se assim um diálogo estético entre a chamada Arquitectura de *retail* e Alta Moda que leva ao aparecimento de uma arquitectura promocional onde se verifica a simbiose entre o arquitecto de renome e a marca de estilista. Convém sublinhar que tudo o que seja interpretável pressupõe uma significação e que esta questão será o ponto de partida para que a Moda e a Arquitectura se assumam como formas de comunicação humana não verbais ligadas à imagem. É neste sentido que ambas as disciplinas constituem também formas representativas de identidades, sejam elas pessoais, sociais ou culturais.

Hoje, o céu é o limite, e as novas gerações de designers tanto na Moda, como na Arquitectura, cada vez mais se preparam para construir e mostrar o inesperado, com formas cada vez mais engenhosas e funcionais, adaptando e adoptando formas e estratégias de cada um dos campos na transformação da natureza dos



edifícios e vestuário. O trabalho *Skin and Bones* terá sido uma forte referência no desenvolvimento desta temática na medida em que abordou questões convencionais de pensar a Arquitectura e a Moda, revelando o potencial que se pode obter através de um diálogo cada vez mais frutuoso entre as duas disciplinas criativas.



## BIBLIOGRAFIA

ALUSTIZA, Jimena – **Arquitectura y moda. Formas de arte público**. Belgrano: [s.n.], 2007. Tese de Mestrado em Arquitectura apresentada à Faculdade de Arquitectura e Urbanismo da Universidade de Belgrano. [Acedido a 22 de Novembro de 2010]. Disponível na Internet: [http://www.ub.edu.ar/investigaciones/tesinas/178\\_alustiza.pdf](http://www.ub.edu.ar/investigaciones/tesinas/178_alustiza.pdf).

Arkinka: Revista de Arquitectura, Diseño y Construcción. Lima Perú. 1996. Vol. 1, nº 12.

ASENSIO, Paco – **Renzo Piano**. Lisboa: Dinalivro, 2003, p. 66-73. ISBN 972576255X

AUGÉ, Marc – **Não-lugares: introdução a uma antropologia da sobremodernidade**. Trad. Lúcia Mucznik. Venda Nova: Bertrand Editora, 1994. 124p. ISBN 9722505807.

BARTHES, Roland – **O sistema da moda**. Trad. Maria de Santa Cruz. Lisboa: Edições 70, 1981. 363p. ISBN 9724410307

BAUDRILLARD, Jean – **For a critique of the political economy of the sign**. St. Louis, Mo.: Telos Press Ltd, 1981. 214p. ISBN 0914386247

BAUDRILLARD, Jean – **Simulacros e simulação**. Trad. Maria João da Costa Pereira. Lisboa: Relógio d'Água, 1991. 203p. ISBN 972708141X.

BAUMAN, Zygmunt – **La Sociedad Sitiada**. 1ª ed. Buenos Aires : Fondo de cultura Económica, 2008. [Acedido a 17 de Novembro 2010]. Disponível na Internet: <http://pt.scribd.com/doc/48651208/Bauman-Zygmunt-La-Sociedad-Sitiada>.



BENJAMIN, Walter – **Sobre Arte, Técnica, Linguagem e Política**. Trad. Maria Luz Moita, Maria Amélia Cruz e Manuel Alberto. Lisboa: Relógio D'Água, 1992. 235p. ISBN: 9727081770.

BOISSIÈRE, Olivier – **Jean Nouvel**. Paris: Terrail, 2001, p. 53-59. ISBN: 2879391059

BOURDIEU, Pierre – **Distinction: A social critique of the judgement of taste**. Trad. Richard Nice. New York, Routledge, 1986. 613 p. ISBN 0415045460.

COURRÈGES, André – **Lord of the Space Ladies**. *Life*. Vol. 58, nº 20 (21 de Maio de 1965), p.47-68. [Acedido a 27 de Novembro de 2010]. Disponível na Internet: <http://www.google.pt/search?tbm=bks&tbo=1&q=Lord+of+the+Space+Ladies&btnG=Pesquisar+livros>.

COUTINHO, Bárbara – **Na intersecção da moda e da arquitectura**. *Arq./a*. Nº 12, (2007), p. 72.

DAVEY, Peter; FORSTER, Kurt Walter – **Exploring Boundaries: The Architecture of Wilkinson Eyre**. Basel: Birkhäuser, 2007. p. 103-112. [Acedido a 7 de Fevereiro de 2011]. Disponível na Internet: [http://books.google.pt/books?id=nufzgEGAWTwC&printsec=frontcover&dq=Exploring+Boundaries&hl=pt-PT&ei=9dr\\_TYHDFsaYhQei1KWcDQ&sa=X&oi=book\\_result&ct=book-thumbnail&resnum=1&ved=0CC0Q6wEwAA#v=onepage&q&f=false](http://books.google.pt/books?id=nufzgEGAWTwC&printsec=frontcover&dq=Exploring+Boundaries&hl=pt-PT&ei=9dr_TYHDFsaYhQei1KWcDQ&sa=X&oi=book_result&ct=book-thumbnail&resnum=1&ved=0CC0Q6wEwAA#v=onepage&q&f=false).

DEBORD, Guy – **A sociedade do espectáculo**. eBookLibris, 2003. [Acedido a 17 de Setembro de 2010]. Disponível na Internet: <http://www.ebooksbrasil.org/eLibris/socespetaculo.html>.

DORFLES, Gillo – **Modas & Modos**. Trad. António J. Pinto Ribeiro. 2ª ed. Lisboa : Edições 70, 1996. 112p. ISBN 972-44-0911-2.



DORFLES, Gillo – **A moda da moda**. Trad. Teresa de Campos Coelho. Lisboa: Edições 70, 1988. 121 p. ISBN 9789724404882.

ECO, Umberto – **O signo**. Trad. Maria de Fátima Marinho. 3ª Ed. Lisboa, Presença, 1986, 190p.

“El Croquis” – **Herzog & De Meuron 1983-1993**. Madrid. 1993. Vol. 60.

“El Croquis” – **Daniel Libeskind 1987-1996**. Madrid. 1996. Vol. 80.

“El Croquis” – **Peter Eisenman 1990-1997**. Madrid. 1997. Vol. 83.

“El Croquis” – **Herzog & De Meuron 1993-1997**. Madrid. 1997. Vol. 84.

“El Croquis” – **Neutelings/Riedijk 1992-1999**. Madrid. 1999. Vol. 94.

“El Croquis” – **Rafael Moneo 1995-2000**. Madrid. 2000. Vol. 98.

“El Croquis” – **Zaha Hadid 1983-2004**. Madrid. 2004. Vol. 52/73/103.

“El Croquis” – **Frank Gehry 1996-2003**. Madrid. 2003. Vol. 117.

“El Croquis” – **SANAA 1998-2004**. Madrid, 2004. Vol. 121/122.

“El Croquis” – **Toyo Ito 2001-2005**. Madrid. 2005. Vol. 123.

“El Croquis” – **Herzog & De Meuron 2002-2006**. Madrid. 2006. Vol. 129/130.

“El Croquis” – **OMA 1996-2006**. Madrid. 2006. Vol. 131/132.

“El Croquis” – **OMA 1996-2007**. Madrid. 2007. Vol. 134/135.



ERNER, Guillaume – **Víctimas de la moda: Cómo se crea, por qué la seguimos.** Barcelona : Editorial Gustavo Gili, 2006. 216p. ISBN 978-84-252-2066-1

FAUSCH, Deborah – **Architecture in fashion.** New York : Princeton Architectural Press, 1994. 414p. ISBN 1878271997.

FOSTER, Hal – **Voces en vanguardia. Pequeño diccionario de ideas del diseño actual.** Arquitectura e Vida. [em linha] nº 93 (2003), p. 23-31.

FOUCAULT, Michel – **Of other spaces.** Trad. Jay Miskowiec. Diacritics, Vol. 16, nº1. (1986), p. 22-27. [Acedido a 6 de Janeiro de 2011]. Disponível na Internet: <http://www.colorado.edu/envd/courses/envd4114-001/Spring%2006/Theory/Foucault.pdf>.

FOUCAULT, Michel – **Microfísica do poder.** Trad. Roberto Machado. 174p. [Acedido a 19 de Janeiro de 2011]. Disponível na Internet: <http://pt.scribd.com/doc/2465730/Foucault-Michel-Microfisica-do-Poder>.

FRAMPTON, Kenneth – **Tadao Ando: Light and Water.** New York: The Monacelli Press, 2003. p.216-227. ISBN 1580931138

GARCIA, Mark – **Architextiles.** Architectural Design. Londres, vol. 76, nº6 (2006), 138p. [Acedido a 13 de Fevereiro de 2011]. Disponível na Internet: <http://www.docin.com/p-47120997.html#documentinfo>.

GUATARI, Felix ; ROLNEY, Sueley – **Micropolítica. Cartografías del deseo.** 1ª ed. Madrid : Traficantes de Sueños, 2006. [Acedido a 29 de Setembro de 2010]. Disponível na Internet: <http://pt.scribd.com/collections/2519982/Guattari-Felix>.

HEARD, Gerald – **Narcissus: Anatomy of clothes.** Londres: Kegan Paul, 1924. 156p.



HEIDEGGER, Martin – **A origem da obra de arte**. Trad. Maria da Conceição Costa. Lisboa, Ed. 70, 1992. 73p. ISBN 9724405249.

HODGE, Brooke; MEARS, Patricia; SIDLAUSKAS, Susan – **Skin + Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture**. MOCA : Thames & Hudson Ltd, 2006. 272p. ISBN 9780500513187.

HORYN, Cathy – **Style; The calvinist ethic**. The New York Times. [em linhas]. (14 de Setembro de 2003). p. 64-69. [Acedido a 28 de Novembro de 2010]. Disponível na Internet: <http://www.nytimes.com/2003/09/14/magazine/style-the-calvinist-ethic.html?src=pm>.

**Jakob + MacFarlane: Neo Architecture**. Australia: Images Publishing Group, 2006. [Acedido a 17 de Janeiro de 2011]. Disponível na Internet: <http://books.google.pt/books?id=PBHmB5nuqDkC&pg=PA7&dq=jakob+macfarlane+NEO+ARCHITECTURE#v=onepage&q=jakob%20macfarlane%20NEO%20ARCHITECTURE&f=false>.

JODIDIO, Philip – **Paul Andreu Architect**. Basel: Birkhäuser, 2004. p.132-139 [Acedido a 22 Março de 2011]. Disponível na Internet: [http://books.google.pt/books?id=9PcS9uYg9nQC&printsec=frontcover&dq=Paul+Andreu+Jodidio&hl=pt-PT&ei=79b\\_TdKRC8bNhAeF-4GaDQ&sa=X&oi=book\\_result&ct=result&resnum=1&ved=0CCoQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false](http://books.google.pt/books?id=9PcS9uYg9nQC&printsec=frontcover&dq=Paul+Andreu+Jodidio&hl=pt-PT&ei=79b_TdKRC8bNhAeF-4GaDQ&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CCoQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false)

LAYER, James – **Style in Costume**. London: Oxford University Press. 63 p.

LAZZARATO, Maurizio – **Por una política menor: Acontecimiento y política en las sociedades de control**. 1ª ed. Madrid : Traficantes de Sueños, 2006. [Acedido a 9 Novembro de 2010]. Disponível na Internet: <http://pt.scribd.com/collections/2770335/lazzarato>.



LEACH, Neil – **A anestésica da Arquitectura**. Trad. Carla Oliveira, 1ª ed. Lisboa : Antígona, 2005. 153 p. ISBN 9726081807.

LEFEBVRE, Henri – **The production of space**. Trad. Donald Nicholson-Smith. Oxford, OX, UK, Cambridge, Mass, USA: Blackwell Publishing Ltd, 1991. 454 p. ISBN 9780631181774.

QUINN, Bradley – **Textiles in architecture**. Architectural Design. Vol. 76, nº 6 (2006), p. 22-26.

QUINN, Bradley – **The fashion of architecture**. Oxford : Berg, 2003. 254 p. ISBN 1859737579.

RAHIM, Ali; JAMELLE, Hina – **Elegance**. Architectural Design. Vol.77, nº1 (Janeiro/Fevereiro 2007), [Acedida a 26 de julho de 2010]. Disponível na Internet: <http://pt.scribd.com/doc/47685276/Elegance-edited-by-Ali-Rahim-Hina-Jamelle>.

RAPOSO, Moyano Alfonso – **Analógica 2: El fenómeno fashion en la Arquitectura**. Revista Electrónica DU&P. Diseño Urbano y Paisaje. Vol. 4, nº11 (2007). [Acedida a 26 de julho de 2010]. Disponível na Internet: [http://www.ucentral.cl/dup/pdf/11\\_a\\_fasihon\\_en\\_arquitectura\\_2\\_imagenes.pdf](http://www.ucentral.cl/dup/pdf/11_a_fasihon_en_arquitectura_2_imagenes.pdf)

RENDELL, Jane – **Between architecture, fashion and identity**. Architectural Design. Vol. 70, nº6 (2000), p. 8-11.

ROGOFF, Irit – **Terra Infirma: Geography's Visual Culture**. Londres: Routledge, 2000. 216 p. ISBN 9780415096164.

SAULQUIN, Susana – **La Moda Después**. Buenos Aires, Instituto de Sociología de la Moda, 1999. 208 p. ISBN 9879764803.

SCHILLER, Francis – **A Möbius strip: fin-de-siècle neuropsychiatry and Paul Möbius**. Berkeley: University California Press, 1982. 140p. ISBN 0520044673



SPINDLER, Amy M. – **Style; Coming Apart.** The New York Times. [em linhas]. (25 de Julho de 1993). [Acedido a 28 de Novembro de 2010] Disponível na Internet: <http://www.nytimes.com/1993/07/25/style/coming-apart.html?pagewanted=4&src=pm>.

SOJA, Edward W. – **Postmetropolis: critical studies of cities and regions.** Malden: Blackwell Publishing, 2002. 440 p. ISBN 1577180011.

SONTAG, Susan – **Ensaio sobre a Fotografia.** Trad. Joaquim Paiva. Rio de Janeiro, Editora Arbor, 1981, 198p.

STEINER, Dietmar – **Promotional Architecture.** Architectural Design. Vol. 70, nº6 (2000), p. 20-23.

**Verbo: enciclopédia luso-brasileira de cultura.** Lisboa: Verbo, 1977, vol. 4, 10 e 13.

VERDÚ, Vicente – **O estilo do mundo: A vida no capitalismo de Ficção.** Trad. Pedro Santa María de Abreu. Lisboa: Fim de Século, 2008. 245p. ISBN 9789727542406.

VICENTE, Catarina – **O que é a moda.** Pure Magazine, nº0 (2008), p. 15 e 16.

WILSON, Elizabeth – **Enfeitada de sonhos: Moda e Modernidade.** Trad. Maria João Freire. Lisboa : Edição 70, 1989. 344 p. ISBN 9789724402239.



## **FONTES DAS IMAGENS**

**FIGURA 1:** <http://www.brandish.tv/tag/commes-des-garcons>.

**FIGURA 2:** [http://soleille.pagesperso-](http://soleille.pagesperso-orange.fr/fabriceneaud/biblio/images/photos/beaubourg.htm)

[orange.fr/fabriceneaud/biblio/images/photos/beaubourg.htm](http://soleille.pagesperso-orange.fr/fabriceneaud/biblio/images/photos/beaubourg.htm)

<http://premiersymptome.blogspot.com/2011/01/beaubourg.html>

**FIGURA 3:** RAPOSO, Moyano Alfonso – Analógica 2: El fenómeno fashion en la Arquitectura, p.8.

**FIGURA 4:** RAPOSO, Moyano Alfonso – Analógica 2: El fenómeno fashion en la Arquitectura, p.8

**FIGURA 5:** RAPOSO, Moyano Alfonso – Analógica 2: El fenómeno fashion en la Arquitectura, p.8

**FIGURA 6:** <http://www.moma.org/visit/calendar/exhibitions/86>.

**FIGURA 7:** HODGE, Brooke ; MEARS, Patricia ; SIDLAUSKAS, Susan – Skin + Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture, p. 63.

**FIGURA 8:** <http://www.flickr.com/photos/23074541@N06/2251270075/>.

**FIGURA 9:** [http://obviousmag.org/archives/2007/06/panoptico3\\_expa.html](http://obviousmag.org/archives/2007/06/panoptico3_expa.html).

**FIGURA 10** <http://cibermundi.wordpress.com/category/internet/>.

**FIGURA 11:** <http://www.thelemming.com/lemming/dissertation-web/images/arcades.html>.

**FIGURA 12:**

<http://www.flickr.com/photos/kh1979/4095939369/in/photostream/>.

**FIGURA 13:**

<http://www.nytimes.com/2008/03/20/fashion/20CRITIC.html?adxnnl=1&adxnnlx=1302694288-BzshblVpRup+KI5NvKP8SA>.

**FIGURA 14:** [http://www.architizer.com/en\\_us/blog/dyn/tag/sanaa/](http://www.architizer.com/en_us/blog/dyn/tag/sanaa/).

**FIGURA 15:** <http://vn.360plus.yahoo.com/duyarch80/photo?pid=284&fid=7>.

**FIGURA 16:** HODGE, Brooke ; MEARS, Patricia ; SIDLAUSKAS, Susan – Skin + Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture, p. 16 e 17.

**FIGURA 17:** <http://theurbanearth.wordpress.com/category/arquitetura/page/8/>.

**FIGURA 18:** <http://archinspire.com/home-design/arab-world-institute-architecture-building.htm>.



**FIGURA 19:** <http://www.resortmelaka.com/2010/07/jewish-museum-judisches-museum-berlin.html>.

**FIGURA 20:** <http://travelerstrails.com/2010/03/06/jewish-museum-in-berlin/>.

**FIGURA 21:** <http://avidanagreciantiga.wordpress.com/>.

**FIGURA 22:** <http://bastilia.ru/hellas/rules/costumes/>.

**FIGURA 23:** <http://www.unich.it/progettistisidiventa/LEZIONI/Architettura.pdf>, p. 6.

**FIGURA 24:** <http://umolharsobreomundodasartes.blogspot.com/2010/10/arte-medieval-arte-gotica.html>.

**FIGURA 25:** <http://www.flickr.com/photos/matiasrl/379629964/sizes/z/in/photostream/>.

**FIGURA 26:** <http://www.britannica.com/EBchecked/media/5089/The-Crystal-Palace-at-Sydenham-Hill-London>.

**FIGURA 27:** <http://www.usefashion.com/glossario/Verbetes.aspx?IdIndice=3&IdVerbetes=291>.

**FIGURA 28:** HODGE, Brooke ; MEARS, Patricia ; SIDLAUSKAS, Susan – Skin + Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture, p. 14.

**FIGURA 29:** HODGE, Brooke ; MEARS, Patricia ; SIDLAUSKAS, Susan – Skin + Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture, p. 15.

**FIGURA 30:** <http://www.moglik.com/i/show/4433>.

**FIGURA 31:** QUINN, Bradley – The fashion of architecture, p. 84.

**FIGURA 32:** QUINN, Bradley – The fashion of architecture, p. 84.

**FIGURA 33:** HODGE, Brooke ; MEARS, Patricia ; SIDLAUSKAS, Susan – Skin + Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture, p. 76.

**FIGURA 34:** HODGE, Brooke ; MEARS, Patricia ; SIDLAUSKAS, Susan – Skin + Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture, p. 77.

**FIGURA 35:** <http://popculturehasaids.wordpress.com/2010/07/15/battle-of-the-irrelevant-faux-canonical-institutions/>.

**FIGURA 36:** <http://aliciapatterson.org/APF2001/Klein/Klein.html>.

**FIGURA 37:** [http://guiaderoma.blogspot.com/2010\\_09\\_01\\_archive.html](http://guiaderoma.blogspot.com/2010_09_01_archive.html).

**FIGURA 38:** ALUSTIZA, Jimena – Arquitectura y moda. Formas de arte público, p. 22.



**FIGURA 39:** HODGE, Brooke ; MEARS, Patricia ; SIDLAUSKAS, Susan – Skin + Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture, p. 64 e 65.

**FIGURA 40:** ALUSTIZA, Jimena – Arquitectura y moda. Formas de arte público, p. 22.

**FIGURA 41:** <http://www.panoramio.com/photo/470903>,  
<http://www.panoramio.com/photo/16076028> e  
[http://arquitectojapa.blogspot.com/2008\\_08\\_01\\_archive.html](http://arquitectojapa.blogspot.com/2008_08_01_archive.html)

**FIGURA 42:** <http://www.esacademic.com/dic.nsf/eswiki/912981> e ALUSTIZA, Jimena – Arquitectura y moda. Formas de arte público, p. 25.

**FIGURA 43:** <http://www.laarquitectura.org/centro-laban/> e  
[http://en.wikiarquitectura.com/index.php/Laban\\_Centre\\_for\\_Movement\\_and\\_Dance](http://en.wikiarquitectura.com/index.php/Laban_Centre_for_Movement_and_Dance)

**FIGURA 44:** “El croquis” – Herzog & De Meuron 2002-2006, p. 208, 221, 234, 235.

**FIGURA 45:** <http://www.shonakitchen.com/commedesgarcons/index.html>.

**FIGURA 46:** <http://yeohlee.com/archive/fall99b.html>.

**FIGURA 47:** QUINN, Bradley – The fashion of architecture, p. 105 e 106.

**FIGURA 48 :** ALUSTIZA, Jimena – Arquitectura y moda. Formas de arte público, p. 43 e  
[http://www.richardrogers.co.uk/Asp/uploadedFiles/Image/1120\\_Court\\_Human\\_Rights/RSHP\\_A\\_JS\\_1120\\_L\\_S\\_GB.pdf](http://www.richardrogers.co.uk/Asp/uploadedFiles/Image/1120_Court_Human_Rights/RSHP_A_JS_1120_L_S_GB.pdf)

**FIGURA 49:** <http://www.sachsen.de/en/251.htm>,  
<http://www.flickr.com/photos/tobi0406/3556990652/> e ALUSTIZA, Jimena – Arquitectura y moda. Formas de arte público, p. 43.

**FIGURA 50:** ALUSTIZA, Jimena – Arquitectura y moda. Formas de arte público, p. 46.

**FIGURA 51:** ALUSTIZA, Jimena – Arquitectura y moda. Formas de arte público, p. 46.

**FIGURA 52:** ALUSTIZA, Jimena – Arquitectura y moda. Formas de arte público, p. 46.

**FIGURA 53:** ALUSTIZA, Jimena – Arquitectura y moda. Formas de arte público, p. 35.

**FIGURA 54:** ALUSTIZA, Jimena – Arquitectura y moda. Formas de arte público, p. 35.



**FIGURA 55:** [http://www.nuaa.es/archivo/tipo\\_2.asp?id=95&nom=Industrial#](http://www.nuaa.es/archivo/tipo_2.asp?id=95&nom=Industrial#).

**FIGURA 56:**

<http://elledici2010.altervista.org/robertoruggiero/letturatecnologiacantinedomini.pdf>

**FIGURA 57:**

[http://arq1103.weebly.com/uploads/5/1/9/7/5197015/28\\_galeriagoetz.pdf](http://arq1103.weebly.com/uploads/5/1/9/7/5197015/28_galeriagoetz.pdf).

**FIGURA 58:** HODGE, Brooke ; MEARS, Patricia ; SIDLAUSKAS, Susan – Skin + Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture, p. 126.

**FIGURA 59:** <http://filometodista4-2009.blogspot.com/2009/11/aula-do-dia-061109-moebius.html>

**FIGURA 60:** [http://www.pscohen.com/\\_WEBSITE/tama.html](http://www.pscohen.com/_WEBSITE/tama.html) e HODGE, Brooke ; MEARS, Patricia ; SIDLAUSKAS, Susan – Skin + Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture, p. 66 e 67.

**FIGURA 61:** HODGE, Brooke ; MEARS, Patricia ; SIDLAUSKAS, Susan – Skin + Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture, p. 204.

**FIGURA 62:** HODGE, Brooke ; MEARS, Patricia ; SIDLAUSKAS, Susan – Skin + Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture, p. 219.

**FIGURA 63:** HODGE, Brooke ; MEARS, Patricia ; SIDLAUSKAS, Susan – Skin + Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture, p. 241 e

<http://skelemitz.wordpress.com/2009/09/06/junya-watanabe-aw-1998/>

**FIGURA 64:** <http://www.style.com/fashionshows/review/S2003RTW-NRODRIGU/> e <http://www.style.com/fashionshows/complete/F2004RTW-NRODRIGU>

**FIGURA 65:** HODGE, Brooke ; MEARS, Patricia ; SIDLAUSKAS, Susan – Skin + Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture, p. 90.

**FIGURA 66:** <http://www.consueloblog.com/?p=1491>.

**FIGURA 67:** HODGE, Brooke ; MEARS, Patricia ; SIDLAUSKAS, Susan – Skin + Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture, p. 256 e 257.

**FIGURA 68:** <http://ps2pm.wordpress.com/>.

**FIGURA 69:** <http://fashion.3yen.com/category/fashion-designers/>.

**FIGURA 70:** HODGE, Brooke ; MEARS, Patricia ; SIDLAUSKAS, Susan – Skin + Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture, p. 132.



**FIGURA 71:** <http://urbalis.wordpress.com/2007/10/29/koolhaas-biblioteca-publica-de-seattle/>.

**FIGURA 72:** HODGE, Brooke ; MEARS, Patricia ; SIDLAUSKAS, Susan – Skin + Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture, p. 128.

**FIGURA 73:** <http://www.britannica.com/blogs/2011/02/frank-gehry-symphony-steel-picture-day/>.

**FIGURA 74:** <http://www.evolo.us/architecture/amazing-shell-like-cafe-in-littlehampton-heatherwick-studio/>.

**FIGURA 75:** HODGE, Brooke ; MEARS, Patricia ; SIDLAUSKAS, Susan – Skin + Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture, p. 223.

**FIGURA 76:** HODGE, Brooke ; MEARS, Patricia ; SIDLAUSKAS, Susan – Skin + Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture, p. 202

**FIGURA 77:** HODGE, Brooke ; MEARS, Patricia ; SIDLAUSKAS, Susan – Skin + Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture, p. 200

**FIGURA 78:** HODGE, Brooke ; MEARS, Patricia ; SIDLAUSKAS, Susan – Skin + Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture, p. 95.

**FIGURA 79:** HODGE, Brooke ; MEARS, Patricia ; SIDLAUSKAS, Susan – Skin + Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture, p. 228 e 229.

**FIGURA 80:** [http://www.eleykishimoto.com/photo-blog/collections/autumn\\_winter\\_0506/autumn\\_winter\\_0506\\_look\\_28.php](http://www.eleykishimoto.com/photo-blog/collections/autumn_winter_0506/autumn_winter_0506_look_28.php)

**FIGURA 81:** [http://www.eleykishimoto.com/photo-blog/collections/autumn\\_winter\\_0506/autumn\\_winter\\_0506\\_look\\_48.php](http://www.eleykishimoto.com/photo-blog/collections/autumn_winter_0506/autumn_winter_0506_look_48.php)

**FIGURA 82:**

[http://www.husseinchalayan.com/#/past\\_collections.2000.2000\\_s\\_s\\_before\\_minus\\_now.11/](http://www.husseinchalayan.com/#/past_collections.2000.2000_s_s_before_minus_now.11/)

**FIGURA 83:** HODGE, Brooke ; MEARS, Patricia ; SIDLAUSKAS, Susan – Skin + Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture, p. 174.

**FIGURA 84:** <http://dailymodalisoa.blogspot.com/2008/04/moda-e-arquitectura.html>

**FIGURA 85:** <http://cavdesign.blogspot.com/2007/07/mercado-santa-caterina.html>.

**FIGURA 86:**

<http://tallerjmsanzdanielmartinhernandez.blogspot.com/2010/09/hormigon.html>,



<http://www.mimoa.eu/projects/France/Mulhouse/Ricola%20Europe%20Mulhouse> e <http://woodburydb.wordpress.com/category/research/page/12/>.

**FIGURA 87:** <http://blog.metmuseum.org/blogmode/2008/02/23/pretty-in-pink/vivienne-westwood-5/>

**FIGURA 88:** HODGE, Brooke ; MEARS, Patricia ; SIDLAUSKAS, Susan – Skin + Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture, p. 253.

**FIGURA 89:** HODGE, Brooke ; MEARS, Patricia ; SIDLAUSKAS, Susan – Skin + Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture, p. 54.

**FIGURA 90:** <http://www.heatherwick.com/temple/>.

**FIGURA 91:** HODGE, Brooke ; MEARS, Patricia ; SIDLAUSKAS, Susan – Skin + Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture, p. 70 e 71.

**FIGURA 92:** HODGE, Brooke ; MEARS, Patricia ; SIDLAUSKAS, Susan – Skin + Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture, p. 129.

**FIGURA 93:** <http://worldmanabouttown.com/2010/05/09/london-of-architecture-and-the-city/> e <http://coolboom.net/architecture/bridge-of-aspiration-by-wilkinson-eyre-architects/>.

**FIGURA 94:** HODGE, Brooke ; MEARS, Patricia ; SIDLAUSKAS, Susan – Skin + Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture, p. 141.

**FIGURA 95:** HODGE, Brooke ; MEARS, Patricia ; SIDLAUSKAS, Susan – Skin + Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture, p. 140.

**FIGURA 96:** <http://erikaweisack.blogspot.com/> e <http://theurbanearth.wordpress.com/2008/07/30/>

**FIGURA 97:** <http://cgg-journal.com/2005-3/04/index.htm>

**FIGURA 98:** <http://theurbanearth.wordpress.com/tag/arquitetura-japonesa/>

**FIGURA 99:** <http://www.yatzer.com/MAXXI-National-Museum-of-XXI-Century-Arts-by-Zaha-Hadid>, <http://www.monumentmagazine.com.au/96/2010/3/30/96-new-work-zaha-hadidmaxxi.html> e <http://ais4architecture.co.uk/?p=1085>.