

## O MANIFESTO DA MODA NA ARQUITETURA

*The fashion manifest at architecture*

Bragagnolo, Paula Giacomoni; Graduada; Universidade Feevale,  
paahgb@hotmail.com<sup>1</sup>

Picoli, Julia Isoppo; Mestre; Universidade Feevale, juliapicoli@gmail.com<sup>2</sup>

**Resumo:** O impacto cultural da moda permite a interpretação de espaços arquitetônicos como premissas comportamentais e de expressão de tendências. Este trabalho estuda os espaços inatingíveis, porém imagéticos das cidades que qualificam-se como os principais manifestantes de moda, criando uma ligação rizomática entre os dois universos.

**Palavras chave:** Arquitetura, Moda, Tendências, Manifesto, Não-espaços.

**Abstract:** The cultural impact of fashion leads to the interpretation of architectural spaces as behaviors principles and trend expression. The paper studies the unreachable, yet visual, spaces that qualifies as the major fashion manifest, creating a rhizomatic relation between to universes.

**Keywords:** Architecture, Fashion, Trends, Manifest, Non-spaces.

### Introdução

O impacto da Arquitetura na Moda é uma referência resgatada constante nas coleções e tendências, principalmente por terem características de desenvolvimento projetual e criativo semelhantes. O efeito contrário também deve ser observado por meio da leitura da cidade e do espaço urbano, percebendo-se uma espécie de rizoma que se cria na relação dos dois universos. O manifesto que a Moda imprime na Arquitetura é necessário para o melhor entendimento de tendências futuras e expressões culturais, fatores decisivos para o mercado atual.

<sup>1</sup> Graduada em Moda (Universidade Feevale) e graduanda em Arquitetura e Urbanismo (UNISINOS).

<sup>2</sup> Mestre em Design e Marketing do Vestuário (Universidade do Minho) e graduada em Moda e Estilo (UCS).

O objetivo geral deste trabalho é interpretar o papel da Arquitetura nos manifestos de moda contemporâneos. Para tal, é abordado primeiramente a principal relação entre as duas disciplinas; mais tarde, o conceito de manifesto da arte e por fim como os temas se interligam e expressam. Esta pesquisa é de natureza básica, ou seja, “envolve verdades e interesses universais, procurando gerar conhecimentos novos úteis para o avanço da ciência, sem aplicação prática prevista” (FREITAS e PRODANOV, 2013, p. 126) e o procedimento técnico utilizado foi a revisão bibliográfica, a partir de matérias já publicados das respectivas áreas (FREITAS e PRODANOV, 2013). Sendo assim, inicia-se com a apresentação dos conceitos e relações entre Moda e Arquitetura.

### **Relação Moda e Arquitetura**

Quando tratando das intersecções disciplinares entre moda e arquitetura, várias facetas devem ser levadas em consideração, principalmente pelas diferentes interpretações e abordagens que ambas disciplinas deixam em aberto. Quinn (2003) observa que, a um nível essencial, os dois universos exigem o entendimento de massa e espaço, justificando suas dimensões a partir da escala humana. Mesmo que subconscientemente, correlacionamos o vestuário e as edificações à primeira ideia de abrigo e proteção, a indumentária se apresentando mais próxima, tanto física como psicologicamente do seu usuário ante a arquitetura em si.

As bases projetuais do vestuário e arquitetura já foram antes discutidas por suas similaridades. Segundo Mello,

Considerando-se que quase tudo é tridimensionalmente concebido a partir de um desenho bidimensional, pode-se entender que os profissionais destas áreas partem de estudos sobre as mesmas questões – a espacialidade, a ergonomia, a forma, a funcionalidade, o estilo, os elementos de adorno, as técnicas construtivas, etc. (MELLO, 2008, p.78).

Para além, é comum encontrar várias paralelas de estilo, adorno e forma no decorrer da história destas duas disciplinas. Todo o tipo de arquitetura conhecido, assim como de indumentária, moldou a identidade de uma cidade, de regiões e, portanto, de seus habitantes com seus credos, economias e valores morais. Esta forte ligação com a construção da personalidade, assim como os

mesmos pontos de origem, ajudou a construir o paralelismo entre estilos e tendências nas duas áreas ao longo do tempo. Observa-se essa ligação desde a Grécia antiga, quando as colunatas jônicas e coríntias imitavam a delgada forma do corpo humano. Pezzolo explica outro exemplo desta relação,

Nota-se também o sentido vertical gótico da arquitetura de templos e catedrais na criação de trajes. [...] No período renascentista [...] arcos e cúpulas inspiraram saias volumosas, armadas, sustentadas por armações circulares em forma de abóbodas. (PEZZOLO, 2013, p. 10).

A vestimenta e suas formas estruturais influenciaram a arquitetura até o modernismo, quando arquitetos como Bruno Taut e Le Corbusier, após a queda de um dramático dimorfismo sexual do vestuário na década de 20, “experimentaram o significativo nível de ansiedade sobre estilos atrasados do vestuário masculino e, correspondente, a falta de ajuste com a arquitetura doméstica” (KINNEY, 1999, 474, tradução do autor). Ainda no começo do século XX, linhas arquitetônicas como Art Nouveau e Art Déco foram as referências da moda (MELLO, 2006) – assim representando a estrutura circular de interdependência que a moda e arquitetura constroem ao longo de suas histórias.

Estes conceitos estéticos da forma, dada pela tríade de estudo moda e vestuário, design e arquitetura e urbanismo nos faz acreditar que essas áreas estejam sob a influência de um *zeitgeist*, ou espírito do tempo, funcionando com uma espécie de contágio mental que idealistas como Hegel, segundo Caldas (2004), acreditavam pairar sobre o espaço, dada a semelhança de estilos e preferências em faixas de tempo tão próximas. São vários exemplos de comportamentos sociais com influências estéticas que pairam sobre as duas áreas em certos períodos de tempo. Quinn (2003) sugere que a polarização de vestimenta urbana e rural são paralelas às fachadas formais da cidade e a arquitetura rústica da zona rural. Segundo o autor, “o código visual da moda frequentemente corresponde ao tipo de arquitetura intencionada” (QUINN, 2003, p. 26, tradução do autor). Os estilos atuais, muito influenciados pela geração X (Mello, 2011), são ditados pelos comportamentos das ruas e seus transeuntes, com a cultura metropolitana produzindo “estilos fluidos que adquirem legitimidade entre instâncias que ditam padrões de roupa a moda reflete a rua” (BRANDINI, 2007, p.25). Estilos como o *punk* e *hip hop*, que trouxeram

mudanças significativas para moda e expressões comportamentais são nada mais que experimentações de espaços urbanos – ditando uma moda que os modifica, criando assim uma reação em cadeia de manifestos.

### Manifesto e Arte

Segundo Barroso (2007, p.157), a ascensão dos Manifestos como método de comunicação se dá logo após as primeiras reflexões vanguardistas, em uma mistura de conflito, autoafirmação e convicção. Costa define manifesto como:

Uma declaração pública de estilo formal, construída em interlocução direta com seu público-alvo, na qual um governo, um partido político, um sindicato, uma corrente, uma categoria, um grupo de pessoas ou uma pessoa expõe determinada decisão, posição, programa ou concepção. (COSTA, 2014, p. 163)

De fato, o Manifesto se apresenta como um gênero textual, polêmico, que desde o início do século XX apareceu com força para contestar ideias. Seu mais famoso exemplo, o Manifesto Comunista, foi seguido de inúmeras outras publicações escritas sobre pontos específicos de diversas formas de arte, expressão ou comportamento. Mas foi Tschumi (2011) em seu discurso “Architectural Manifesto” que trouxe a ideia de manifesto tangível para a área arquitetônica, afirmando que “cada edificação é um manifesto por si só. Cada construção existe para representar uma ideia, desenvolver um conceito, um tipo de manifesto” (TSCHUMI, 2011, p.179, tradução do autor). A moda, em termos sociológicos, já é considerada um manifesto por si só. Segundo Brandini,

A moda contemporânea dos designers de vanguarda ingleses, orientada por referenciais estéticos, comportamentais, e de estilo derivados da rua, torna-se mais que roupa [...]. Ela torna-se objeto de ação expressiva, de comunicação de mensagem, de transmissão de significados, não apenas referencial de status, mas forma de arte e comunicação. (BRANDINI, 2007, p.25).

Os modos com que a moda transforma a cidade, pelos seus usuários e transeuntes, e como esta última se manifesta à essas mudanças impactais, resulta no manifesto urbano. Ele se dá antes mesmo da cidade construída, com a intencionalidade do morador ao delimitar sua forma, e depois de consolidada, por transformações decorrentes do espírito do tempo.

## O manifesto de moda na cidade

É importante entender, então, como a arquitetura neste nível de manifesto, deixa de ser apenas construção para ser um conceituador do ambiente. Tschumi (2011) alega que a arquitetura é tanto um discurso de eventos quanto um discurso de espaços. Deste modo, mais do que edificações em si, quando entendemos a manifestação da arquitetura, precisamos abordar o seu todo, o seu agrupamento: precisamos considerar a cidade. Segundo Quinn (2003, p.08, tradução do autor), “muitas das edificações que sugerem a congruência com a moda foram aquelas projetadas para levar a arquitetura em uma nova direção, ou para revolucionar o tecido do ambiente urbano”.

Tschumi (2011), em seu manifesto, se refere à presença não física da arquitetura ou seja, quando lidamos com o aspecto implícito, quando ela muda o ambiente sem necessariamente ser construída. Como para Pallasmaa (2011, p. 61), “contemplamos, tocamos, ouvimos e medimos o mundo com toda nossa existência corporal, e o mundo que experimentamos se torna organizado e articulado em torno do centro de nosso corpo”. A definição de ambiente se dá à nossa percepção de espaço, e suas influências nos atingem de acordo com a composição imagética que assimilamos dos próprios.

O que Quinn (2003) propõe é como a existência do fenômeno de moda se expressa do mesmo jeito dos não-espacos arquitetônicos da cidade. Considera-se não espacos:

Não espacos são comumente os espacos de transição do reino urbano, áreas que facilitam o movimento de corpos assim como o constante fluxo de informação dentro e envolta do espaco urbano. Somado com o aumento de acessibilidade da informação, eles [não-espacos] sustentam um controle social e a mercantilização do tempo pelos sistemas automatizados. (QUINN, 2003, p. 26, tradução do autor).

Ou seja, tudo que a cidade manifesta dá-se nos modificadores de ambientes, os fluxos e tendências giram e se criam na arquitetura inconsciente. Esta representação do que o espaco inabitado e o que ele significa para quem vivencia (Mello apud MESQUITA, 2011) são os manifestos da moda expressos no tecido urbano.

Como o espaco se revela híbrido, heterogênio, adaptável e acumulativo, ele ecoa a mutabilidade que a moda e arquitetura assumem conforme sua existência mútua se desenrola. Seu impacto

combinado no espaço urbano garante que o mesmo nunca será determinado por regras de apenas geometria, ou moldados exclusivamente por suas barreiras físicas. (QUINN, 2003, p.26, tradução do autor).

Estes espaços adaptáveis, intocáveis porém imagéticos, que estamos tratando, são acompanhados por outro conceito de espaço, apresentado por Quinn (2003) de um fenômeno de Foucault, as heterotopias, descritas como espaços simultaneamente míticos e reais. Estes ambientes não existem isolados, e se tornam visíveis pela diferença com outros locais, sendo centros de cultura alternativas.

Um conceito reconstituído de espaço, heterotopias são locais que parecem incongruentes e paradoxos, lugares que mediam práticas sociais transgressoras e normalmente facilitam uma sensação de perigo e desafio. (QUINN, 2003, p. 26, tradução do autor).

Visualmente, podemos associá-los a parques, teatros e bibliotecas, sendo também exemplificados plenamente por museus, como o Museu Guggenheim de Bilbao, em Bilbao, Espanha. Essa habilidade de dissimular e revelar entre os espaços e não-espaços conectam-se com a moda pela “forma de mascarar entre o sistema de transposição de imagens pelo olho, revelando e ocultando, parte realidade, parte ilusão” (QUINN, 2003, p.21, tradução do autor).

Mello (apud MESQUITA, 2011) trata muito destes ambientes descritos como cenários das cidades, baseando-se em Argan, no seu ensaio “A história da arte como a história das cidades”. Para a autora, considera-se que as pessoas não ilustram os cenários das cidades, elas os compõe. São dos transeuntes que partem manifestações coletivas, de correntes marginais, como *darks*, *punks* e *hip hop*, dando interface às paisagens urbanas e interferindo na imagem da cidade. (Mello apud MESQUITA, 2011). A moda torna-se, desse modo, um objeto de composição imagética da cidade, deixando de ser um acessório para arquitetura urbana e para se tornar sua própria condição. (QUINN, 2003). Para Mello,

Pode-se propor, portanto, a existência de uma interdependência, uma vez que, não só como um território onde transitam indivíduos, de várias origens e sob vários pretextos, a cidade é compreendida como um espaço de representação, visibilidade, sociabilidade, cultura, interação, modas e modos [...] (MELLO apud MESQUITA, 2011, p.58).

Koolhaas (1994) considera a evolução de Manhattan sendo um resultado direto da dialética dessas duas formas. Ele trata a cidade de Nova York como um manifesto desde a concepção de seu grid de Manhattan, considerando que cada bloco da ilha criasse uma concepção de episódios. Ainda no manifesto, ele considera o elevador como uma criação inconsciente do homem em busca de um não-espaco, que acabam desenhando o *skyline* da cidade por “mutações arquitetônicas”. Para ele, Manhattan sempre foi fadada ter sua atual aparência, uma vez que era o espírito do homem que a colonizou. A condição da arquitetura como um evento contemporâneo, fadado a acontecer, é relacionado com a experiência urbana de uma estética midiática e impactante (MELLO apud MESQUITA, 2011, p.55).

O manifesto da moda na arquitetura se apresenta, então pelas mudanças substanciais nos elementos compositivos e imagéticos das cidades, moldando-as no espírito do tempo que seus indivíduos pairam. Mello (2008), conclui que:

A intercessão, entre o urbanismo e a moda, faz acreditar que se caminha em direção ao momento de reconhecer, que a skyline das cidades não mais poderá ser determinada pelas suas formas, mas, pelo efeito pluralista contido na sua imagem, construída a partir do imaginário coletivo, efêmero e mutante, capaz de absorver as mais variadas informações. A moda, como expressão individual e tribal, é um produto essencialmente urbano, e torna-se indispensável à essa composição imagética. (MELLO, 2008, p. 51)

Os acontecimentos urbanos geram novos comportamentos, novos modos de viver em termos gerais, que definem novos espaços e não-espacos inconscientes, que por sua vez se transformam em novas modas, alimentando-se sempre desse ciclo de interconexões corpo-espacial.

### Considerações finais

A moda existe sob a influência de fatos que definem certos momentos e comportamentos, que em certo aspecto se transformam nos movimentos socioculturais urbanos. Os modos, o *lifestyle* é criado a partir destes momentos, o ser e estar, fazendo da moda o reflexo de arquitetura, arte e sociedade. Já a função atemporal da arquitetura é estruturar a nossa existência no mundo, pelas metáforas de corpo e espaço. Cidades nos mostram o fluxo da realidade social

e permite-nos compreender a ideia de mudança numa arte estática. A interpretação da arquitetura no mundo efêmero da moda nem sempre se encaixou na sua lógica inconstante da expressão do usuário. No entanto, é a análise dos ambientes criados que foi possível qualificar e equilibrar suas dinâmicas, entendendo ambas como modeladores de ambientes – em várias escalas. Foi possível verificar que o estudo de não-espacos arquitetônicos e outras formas que esta modificação de ambiente se expressa está diretamente ligada a expressão e comportamento dos seus usuários, cada um modificando o outro. O ambiente construído e não-construído pode prever tendências, da ambientação da cidade até sua forma e expansão.

### Referências

BARROSO, Ana Beatriz. **A mediatização da arte**. Universidade de Brasília, 2007.

BRANDINI, Valeria. **Vestindo a rua: moda, comunicação & metrópole**. São Leopoldo: Revista Fronteiras, Unisinos, 2007.

COSTA, Sérgio Roberto. **Dicionário de gêneros textuais 3º Edição**. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2014.

KOOLHAAS, Reem. **Delirious New York: A retroactive Manifesto for Manhattan**. Nova York: The Monacelli Press Inc, 1994

KINNEY, Leila W. **Fashion and Fabrication in Modern Architecture**. Journal of the Society of Architectural Historians, vol. 58, nº 3. University of California Press: 1999.

MELLO, Márcia Couto. **As interferências entre a arquitetura, o urbanismo e a moda, na definição de um estilo para o século XXI**. Inc: 2 Colóquio nacional de moda, 2006, Belo Horizonte. Anais do 2 Colóquio Nacional de Moda, 2006.

MESQUITA, Cristiane; PRECIOSA, Rosane. **Moda em zigzag: interfaces e expansões**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011.

PALLASMAA, Juhani. **Os olhos da pele: A arquitetura e os sentidos**. Porto Alegre: Bookman, 2011

PEZZOLO, Dinah Bueno. **Moda e Arte**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2013

MELLO, Márcia Couto. Design, moda, arquitetura e urbanismo: uma geometria transversal. In: PIRES, Doroteia Baduy. **Design de moda: olhares diversos**. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2008.

QUINN, Bradley. **The Fashion of Architecture**. Berg: Oxford, 2003.

TSCHUMI, Bernard. Architectural Manifestos. In: BUCLEY, Craig. **After the Manifesto**. Nova York: GSAPP Books, 2011.



APOIO



REALIZAÇÃO

