

XII ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM
PLANEJAMENTO URBANO E REGIONAL

21 a 25 de maio de 2007

Belém - Pará - Brasil

A ARQUITETURA, O URBANISMO E A MODA

Márcia Maria Couto Mello – Doutoranda e mestre em Arquitetura (Unifacs/Ufba)

Liliane Ferreira Mariano da Silva - Doutora em Urbanismo (Unifacs/Uneb)

A Arquitetura, o Urbanismo e a Moda

RESUMO

O presente artigo, parte integrante da pesquisa que está sendo desenvolvida, pelo Arquimemória – Unifacs, em articulação com o PPG-AU da Faculdade de Arquitetura da Universidade Federal da Bahia, aborda as interferências que são identificadas, interfaceando a arquitetura, o urbanismo e a moda, que, analisados sob um olhar conceitual, como produtos de expressão artística, compõem a paisagem das cidades. O objeto de estudo da pesquisa é o rebatimento, observado no início do século XXI, da interferência que sempre existiu, e ainda existe, entre a arquitetura, o urbanismo e a moda – aqui entendida, como um fenômeno antropológico social, determinante no comportamento do indivíduo urbano. O objetivo é compreender, através dos pontos de origem, de congruência e de convergência, que são observados ao longo de séculos, o rebatimento que tais questões representam na definição de um paradigma estético para a sociedade atual.

TRAÇOS COMUNS

Devido à interferência que se percebe entre a arquitetura, o urbanismo e a moda, na busca de adequação do indivíduo ao meio, associados aos valores sócio-culturais gerados ao longo dos tempos, o tema deste estudo se desenvolve através de uma ótica plural, que compreende analisar, no que se refere aos três pontos de abordagem, sobre os quais vertem este artigo – arquitetura, urbanismo e moda –, questões como: o curso do desenvolvimento estético; a trajetória histórica; o perfil comportamental; a reciclagem dos valores sociais que modificam hábitos e costumes; as conseqüências diretas que o desenho arquitetônico, e, os processos de modernização urbana provocam no comportamento do indivíduo, levando-o a adotar uma indumentária que melhor se adeque às necessidades de habitar, transitar e conviver nos centros urbanos, através de novas concepções espaciais, ou da inserção de novos equipamentos e mobiliários.

A comunicação coletiva é um dos pontos de partida mais importantes para a análise das três vertentes deste estudo, que são agentes de um fluxo de informação contínua. Utilizam uma mesma dinâmica, através de uma linguagem visual imediata, para expressar sentimentos e materializar a ideologia que vai estar refletindo um tempo e um espaço.

De acordo com Freitas (*apud* WAJNMAN, 2002), os atuais *designers* entendem que pode existir uma resposta na linguagem da moda para as concepções arquitetônicas e vice-versa. Pode-se dizer que novas formas surgem a partir das contaminações ideológicas, nas sociedades urbanas.

Contudo, considerando que os profissionais de uma mesma época, tendem a se comunicar através de uma linguagem estética semelhante, observam-se influências e interferências entre a Arquitetura, o Urbanismo e a Moda, configurados como interface, de tudo que foi contemporaneamente produzido. Conforme demonstra o gráfico esquemático, observam-se pontos de origem, pontos de congruência e pontos de convergência entre as concepções.

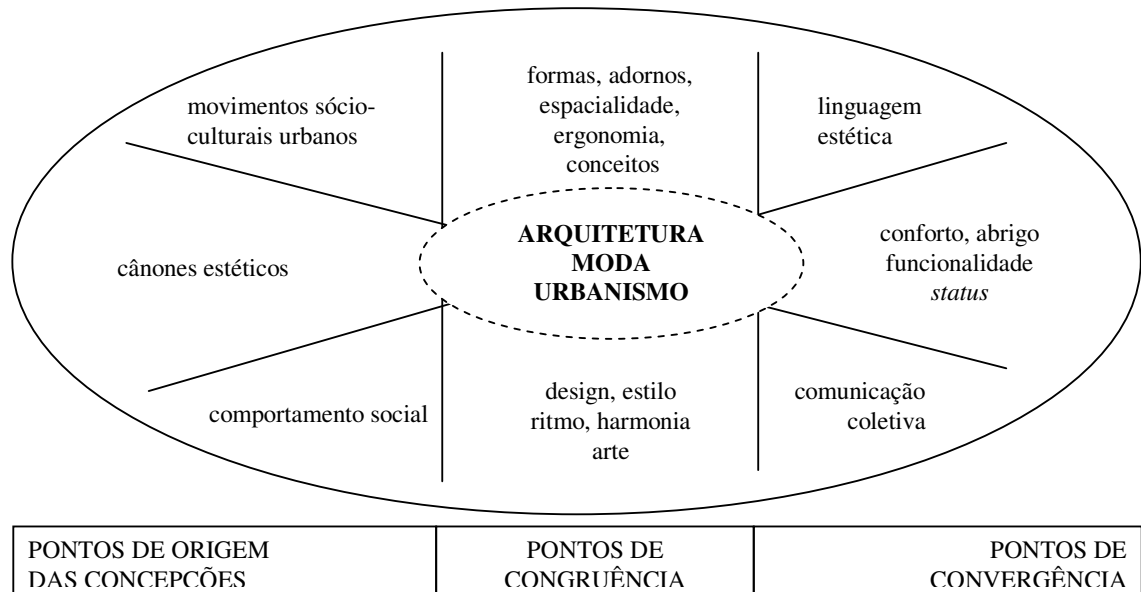


GRÁFICO 1 – Fonte: Elaboração Márcia Mello, 2006.

O contexto atual, abandona as grandes estruturas transcendentais e teleológicas, mas, pauta sua estética na cultura do ornamento e do signo, criando formas que parecem estar limitadas ao revivalismo, ao pasticho e ao eclético, travando, assim, uma interdependência temporal, que só pode ser compreendida através da investigação histórica. Alguns exemplos desse diálogo, estão registrados no pouco acervo preservado da História da Civilização, como pode ser observado na colocação de Feghali e Dwyer (2001, p. 39, 40), ainda sobre o período compreendido por Mundo Antigo, através das cores, na Ilha de Creta: “[...] *a exemplo dos templos gregos, as roupas eram fartamente coloridas*”.

Existem interdependências e semelhanças nos conceitos que dão origem às concepções, e, notam-se diversos pontos de congruência e convergência, entre a arquitetura, o urbanismo e a moda. Talvez, o primeiro seja a consideração de que todos são idealizados a partir de cânones estéticos que são determinados pelos movimentos sócio-culturais urbanos, que por sua vez sofrem profunda influência da ideologia dominante em cada momento, além do desenvolvimento econômico e tecnológico. São tridimensionalmente concebidos a partir de um desenho bidimensional, cujo *design* inclui questões da forma, elemento de adorno, funcionalidade, técnica construtiva e estilo. No croqui, os profissionais dessas áreas, resolvem problemas “[...] *de equilíbrio, de volumes, de linhas, de cores, de ritmos, para então se chegar a uma forma que é a medida do espaço.*” (SOUZA, 1996, p. 33). Outros argumentos semelhantes, congruem pelos mesmos pontos e convergem para o mesmo interesse: abrigar o

indivíduo, do corpo ao espírito, usando uma linguagem estética para estabelecer uma comunicação coletiva.

Ao observar diversos traços comuns, detectados por Jamerson, Derrida, Couchot e Quéau, nas artes plásticas, computação gráfica, arquitetura e literatura, Wajnman (2002, p. 39) relaciona as características essenciais (“*perda de centro; perda da separação sujeito/objeto, o sujeito e o contexto se confundem; poder da simulação, da recriação; supressão da profundidade, intertextualidade, mutabilidade; descontextualização, canibalização aleatória de todos os estilos do passado, simultaneidade*”), para questionar sobre a inclusão da moda nessa mesma visão conceitual, uma vez que ela retrata as mesmas características e se volta às mesmas questões.

Também se entende que a cidade, a casa e a roupa têm significações psicológicas de caráter essencialmente protetor. Para Flügel (1966), as roupas são casas portáteis, que privilegiam o ser humano, poupando-lhe a condição sésil das tartarugas e dos caracóis. Rebello e Oliveros (2005), citam a roupa, como primeira cobertura, exercendo o papel de primeira arquitetura, uma espécie de “*abrigo imediato*”. Outra pontuação, não menos expressiva, busca um equilíbrio entre a estética, a funcionalidade e o conforto. Nesse âmbito, utilizam a forma como principal ferramenta da linguagem de expressão visual. Sob o ponto de vista formal, alguns estudos já foram desenvolvidos, e até já existe uma denominação específica para esse fenômeno, também extensiva ao *design* de objetos: *zeitgeist*, termo alemão que, de grosso modo, significa ‘espírito do tempo’ (CALDAS, 2006).

No que se refere à esfera formal, infinitas associações podem ser feitas. Enquanto o requinte de detalhes confere à arquitetura uma sofisticação, que identifica o poder e a riqueza, os drapejados, recortes e ornamentos na indumentária classificavam socialmente os indivíduos através do luxo.

Associado ao requinte, o luxo pode ser bem representado pela cultura helênica, ainda hoje utilizada como ícone de ostentação, civilidade, justiça, liberdade e sabedoria (CARVALHO, 1990). Entretanto, vale colocar que, segundo Mumford (1998), o luxo não foi condição comum aos cidadãos gregos, ‘meros sofistas da *polis* helênica’ – que era pobre em confortos e conveniências, apesar de rica em experiências de civilização e cultura filosófica. Mesmo

assim, pode-se dizer que os padrões estéticos da cultura helênica sempre foram referência para a moda, para a arquitetura e para a boa convivência urbana.

Criando modos de viver, os gregos da Antiguidade Clássica cultuavam os corpos, assim como cuidavam das cidades. É citado por Sennett (2003, p. 31, 32), que *“a nudez simbolizava um povo inteiramente à vontade na sua cidade, expostos e felizes, ao contrário dos bárbaros, que vagavam sem objetivo e sem a proteção da pedra”*. Na visão de Tucídides, um grego deveria ter orgulho do seu corpo e da sua cidade. Precisava entender a linguagem fisiológica térmica determinando os indivíduos, e os espaços que lhes caberia ocupar. Além de referência, a arquitetura parecia contemplar as necessidades dos ‘modos’, que seguiam de acordo com os requisitos impostos pela sociedade: as mulheres casadas e respeitadas deveriam manter a tez absolutamente alva. Entende-se que a manutenção dos rostos claros, confirmava-lhes o confinamento, e assim, testemunhava socialmente o seu comportamento recluso e pacato. Cabia a esse modismo, garantir a dignidade e o *status* das mulheres gregas. Para tal, além de utilizarem artifícios químicos (esfoliantes, clareadores, protetores e hidratantes), não se expunham ao sol, circulando apenas nas construções interligadas do quarteirão em que habitavam (FAUX et al, 2000).

Existiu um diálogo constante entre esses itens, quase imperceptível, que talvez possa esclarecer essa inter-relação, uma vez que as questões urbanas interferiram diretamente sobre os modos de viver e de vestir.

TRAJETÓRIA HISTÓRICA: O MUNDO MODERNO

As conseqüências da primeira Revolução Industrial européia, ou seja, a modernidade e suas conseqüências sobre os paradigmas da vida moderna, foram impactantes em todos os setores e as vendas em catálogos dos produtos fabricados em série, foram comuns, tanto na arquitetura residencial e urbanística, quanto na moda. O rebatimento do desenvolvimento tecnológico e econômico sobre o indivíduo urbano, que favoreceu o surgimento da sociedade burguesa e acelerou um processo de adequação sócio-cultural do cidadão que se formava, fez com que prevalecessem novas opções para habitar, conviver e vestir. A roupa e a casa, eram ícones

burgueses, e, assim como a criadagem, geravam uma leitura de ‘prosperidade’ (LAVÉR, 2001).

Observa-se ter havido uma mudança gradativa na indumentária, enquanto novos elementos de conforto estavam sendo inseridos nos centros urbanos, o que leva a pensar que, indiretamente, as cidades induziram a adoção de um comportamento moderno, um novo estilo de viver e vestir, para que os indivíduos pudessem interagir com o meio. Assim, pode-se dizer que a arquitetura interferiu diretamente sobre o estilo de vida das sociedades, que se ‘afrancesavam’, ao elegerem o urbanismo *hausmanniano*, os estilos *Art Nouveau* ou *Art Déco*, a moda ditada pela *haute couture*, e principalmente, os modos de viver de uma *belle époque*.

Nas primeiras décadas do século XX, parece ter sido difícil dissociar a imagem paradigmática de Paris, com a sua imponente beleza arquitetônica, dos produtos de moda que encantaram o mundo, ou da elegância requintada dos seus transeuntes. Iniciava-se o processo de individualismo, predominante nos indivíduos metropolitanos, que está retratado nas formas estéticas da moda e da arquitetura, no final do século XX.

A Primeira Guerra Mundial interrompeu o curso do desenvolvimento e provocou o encurtamento das saias, conveniente à crise econômica e às necessidades da mulher ativa (MENDES e HAYE, 2003). A arquitetura e a moda encontraram nas linhas definidas do *design*, nos contornos nítidos, e, nas formas elegantes e simétricas da *Art Déco*, um estilo que se adequava perfeitamente ao momento. As roupas e os prédios mantiveram uma linguagem semelhante (FUKAI et al, 2003), contudo, mais leves e mais práticas, as vestes condiziam com o novo perfil feminino, que vivia o início do processo de automatização dos lares, através da evolução dos equipamentos domésticos. O conforto passou a ser um item relevante, o que induziu a busca por melhores condições de higiene e saúde. Foram criados aposentos específicos, voltados à higiene pessoal, com água encanada, aquecida para banhos e abastecendo as descargas dos vasos sanitários (BOYLE, 1997).

Com a ‘simplificação’ das formas, a *Art Déco* usou os elementos de construção para pontuar as diferenças. Enquanto a arquitetura usa o vidro *pyrex* valorizando as estruturas de concreto armado e decora o lobby dos edifícios com obras de arte, a moda vai usar o código dos tecidos finos e da estamparia. O estilo arquitetônico, reto e liso, de Le Corbusier parece ter sido

complementado, na moda, pelo estilo *à la garçonne*, personalizado por Gabrielle Coco Chanel, sempre na mídia, criando vestidos simples, confortáveis e elegantes, confeccionados em *jersey*, e, Madaleine Vionnet, “*uma arquiteta da moda, pela sua técnica de cortar os tecidos, geometricamente modelados, com um soberbo senso de construção, representando uma inovação na fabricação de vestimentas*” (FUKAI et al, 2003, p. 334). Estreitam-se as relações que podem ser estabelecidas entre as questões urbanas de modernização, a arquitetura, a moda, e a arte. Talvez se possa atribuir essa intercessão direta, ao fato de alguns profissionais do século XX terem se dedicado à arquitetura, à moda e à arte simultaneamente, entretanto, vale ressaltar que essa inter-relação ocorreu desde sempre.

Durante a Segunda Guerra Mundial, assim como o ferro, que era produzido para arquitetura, foi desviado para abastecer a indústria bélica, houve uma imensa recessão de tecidos e aviamentos para as roupas comuns, que não fossem uniformes, entretanto, a alta-costura não teria sido tão afetada. Paris foi uma das poucas cidades européias que não sofreu bombardeio aéreo. Alguns arriscam o palpite de que, uma das cidades mais belas do mundo, tenha sido poupada dos bombardeios, pelo fato de estar abrigando a ‘capital da moda’, freqüentada principalmente por alemães na época da guerra. Assim, talvez, a cidade deva à moda, o crédito de ter tido suas formas físicas originais preservadas. Compreendendo a moda como cultura, Hitler pretendia transformar Berlin na capital cultural do mundo, transferindo para lá a ‘capital da moda’. Foi convencido a desistir, por Lucien Lelong¹, mas, limitou a venda dos produtos de alta-costura a oficiais nazistas e a uma clientela franco-germânica. Muitos costureiros, por opção ou por determinação dos nazistas, mantiveram as portas fechadas durante esse período (MENDES e HAYE, 2003).

A partir da segunda metade do século XX, as mudanças de costumes começaram a ser mais acentuadas e a ganhar velocidade, através da mídia, que associada ao desenvolvimento tecnológico dos veículos de comunicação, agenciou a reconfiguração dos indivíduos daquela época. Nessa fase, a Arquitetura Moderna foi uma fonte de referência visual e influenciou a indumentária a seguir suas transformações técnicas e formais. Os conceitos de Le Corbusier, construídos na década de 20 e 30, pareciam se estender à roupa daquela época, que em decorrência da guerra, vai ser simplificada e vai ser produzida em série. As lojas de departamentos, garantiam o mercado da indústria do *prêt-à-porter*.

Assim como já estava ocorrendo na industrialização dos produtos voltados à arquitetura e à construção civil, na moda, essa nova abertura, para fabricação de produtos em série, também viabilizou a pesquisa para o desenvolvimento tecnológico de novos materiais. Curiosamente, as informações contidas na linguagem dos materiais de construção, são as mesmas, tanto para a arquitetura, quanto para a moda, pois, observa-se que novos materiais usados na arquitetura, proporcionando estruturas mais leves, como o aço, o alumínio, o titânio, têm rebatimento direto por sobre a moda, a exemplo da pesquisa sobre os ‘tecidos inteligentes’, que já usam o fio de aço entremeado aos fios de malhas, etc.

A atual visão de um profissional da moda, pesquisador de novos materiais, fatalmente estará inter-relacionando o indivíduo ao seu meio. Assim, ao projetar peças da indumentária para um público especificamente urbano, ativo e cosmopolita, o *designer* expressa intimismo e funcionalidade. São peças simples, pesando poucos gramas, produzidas em material exclusivo. Os “*amassados que não desamassam [...], que trazem neles o próprio conhecimento de si mesmo [...]*”, podem ser lavados e embolados de qualquer jeito, que não perderão a forma original, preservada por finíssimos fios de aço, entremeados com a malha ou o tecido (BÉNAÏM, 1999, p. 8 – fazendo referência ao japonês Issey Miyake).

A partir de infinitas relações conceituais, materiais, formais e espaciais entre a arquitetura, o urbanismo e a moda, constata-se a possibilidade de se utilizar a arquitetura de concepção, no desenvolvimento de produtos de moda. Na moda conceitual do século XXI, destaca-se o trabalho de japoneses, que radicados na Europa desde as últimas décadas do século XX, têm influenciado e até direcionado a alta-costura ocidental. Minimalistas por excelência, os ‘neo-japonistas’ são mestres em usar a espacialidade como um dos mais importantes eixos para uma representação iconológica.

Devido à sua genialidade no domínio da espacialidade e da temporalidade, Miyake, é conhecido como ‘o atual arquiteto da moda’. Sua visão desconstrutivista, da estética neobarroca, faz com que encontre, no simples “*A – POC (A piece of cloth), o ponto de partida e o ponto de chegada*” para conceber o *design* de uma roupa (FUKAI et al, 2003, p. 708). Na linguagem formal e artística, no desenvolvimento tecnológico de materiais específicos e na aplicação de novas técnicas construtivas, Miyake tem revolucionado o mundo do *design* entre o final do século XX e início do XXI, explorando a harmonia, leveza e a espacialidade.

Essa mesma visão pode ser percebida nos criadores de arquitetura, igualmente responsáveis pela formação de um olhar, sempre atualizado por sobre o mundo, redefinindo padrões estéticos, como fez Oscar Niemeyer, há quase meio século. Todavia, atemporais, como todos os artistas, existe uma tendência, de alguns *designers*, a excederem o limite do vanguardismo e criarem uma disritmia temporal, o que dificulta a definição de um estilo para uma época. Talvez, a visão neobarroca possa contribuir na justificativa da adoção de um estilo único para o século XXI, que se retrata através das ‘formas’ comuns, em coisas sem relação aparente ou explícita.

TENDÊNCIAS NO PÓS-MODERNISMO

No final do século XX, o minimalismo e o desconstrutivismo, reafirmam que os mesmos conceitos, estilos e tendências que são seguidos pela arquitetura, também são seguidos pela moda. A filosofia desconstrutivista dos arquitetos pós-modernistas, Tadao Ando, ou, Philip Johnson, representado no arranha-céu com o frontão quebrado ², além do novo formato, em que Zaha Hadid apresenta seus projetos arquitetônicos ao mundo.

As descobertas da ciência, levaram o homem a rever seus conceitos e se render às novas idéias: como vejo um objeto e como posso vê-lo. Uma nova ótica, que passou de fragmentada à segmentada. Construía-se um ‘novo olhar’ sobre o mundo, a partir dos anos 80 do século passado, quando a arquitetura e a moda não deveriam mais ser pensadas a partir de um conceito filosófico, uma vez que, sob o aspecto da multiplicidade, passaram a ser filosofia, arte e ciência. Uma expressão múltipla do indivíduo de aqui e de agora, vivendo a plenitude da sua individualidade de forma clara e transparente: a unimultiplicidade.

Pode-se dizer que os mais significativos movimentos relacionados às questões urbanas, aconteceram a partir da última década de 80, quando foram constituídas as ‘tribos de moda’, dividindo a sociedade em grupos iconologicamente distintos, fieis apenas ao próprio estilo que lhes identificava o grupo. Na seqüência dos *punks*, surgiram os *góticos (darks)* que misturavam, na moda, o romantismo a aspectos religiosos e ao existencialismo. A possibilidade de uma guerra nuclear era o pretexto para que esses grupos se apresentassem de

preto, pálidos, cabelos negros ou multicoloridos, maquiagem muito escura e capas longas. Assim como os *punks*, diziam estar prontos para enfrentar ‘o fim do mundo’, que estava por vir. Pelo aspecto agressivo, esses grupos interferiram no comportamento urbano das metrópoles e até se transformaram em problema de segurança, etc. Todavia, no final da mesma década, o mais urbano de todos teria sido, como contraponto, o Movimento *Yuppie* (HARVEY, 2000). A ‘geração *Wall Street*’, valorizou o consumo de produtos caros e ostensivos, para construir uma imagem de sucesso e poder, que estaria representada nos ombros largos dos ‘power suits’ desenhados por Giorgio Armani, definido como o melhor formatador do ‘*shape yuppie*’. Aos noventa, era indispensável que habitassem em Manhattan. O *yuppie* expressava um cidadão pós-modernista, vivendo a plenitude do seu sucesso material e preservando a sua individualidade emocional.

O individualismo se afirmou a partir dos anos 90, ao pontuar que era importante ser diferentemente igual a todos, sem barreiras. A liberdade de expressão (explícita na moda, pela variedade de modelos compondo uma mesma vitrine), e o ‘morar só’ (em espaços bem decorados e criativos, como os *lofts*), criaram uma tendência para que a moda, os espaços, os hábitos e os costumes também se individualizassem. Criava-se uma forma de viver e entender o mundo de acordo com o conceito de visualidade limpa da estética *clean*, aplicável a qualquer área. O indivíduo urbano passa a frequentar ‘espaços *hipe*’, que funcionam 24 horas/dia e oferecem um *mix* de produtos universais, que variam de livros à *frost-food*. Observa-se inclusive, que nesses locais de concepção recente e atual, a oferta dos produtos é feita em uma dinâmica de *self-service*, o que preserva o individualismo do consumidor.

Contudo, na continuidade desse processo, o código da virada do século XX foi o resgate ao que é ‘natural’ e o ‘preservar’ (no aspecto material, ou no imaterial). O homem entendeu que só é possível ser imortal transcendendo o seu próprio tempo, e, essa nova visão sobre a extensão da vida, concede um valor máximo ao passado, fazendo com que as informações trazidas de outras épocas, possam, como numa engrenagem, se interligar e montar o presente. Sob a ótica da prática urbanística neoliberal, desregulacionista e preservacionista, surge na arquitetura, no espaço urbano e na moda, o interesse pela ‘*vintage*’ e pelo ‘*retrô*’ (expresso em releitura) parte da necessidade do homem ‘encontrar sua referência, para que possa determinar sua trajetória’ (conforme a teoria de Einstein). A partir dessa visão, observam-se os traços do *retrô* em muitas criações de moda e muitos projetos arquitetônicos que vêm sendo concebidos

desde a década de 90, realçando elementos isolados em suas fachadas, ícones de estilos pretéritos, confirmando a ordem mundial de ‘preservar, restaurar e conservar’ a natureza e a história.

Nessa mesma fase, nos espaços urbanos, investiu-se na revitalização de centros históricos, na criação de parques ecológicos com projetos de preservação ambiental, e na revalorização de espaços públicos comuns, como as praças. Em paralelo, fora do perímetro urbano, ocorreu a delimitação de reservas naturais, que passaram a ser protegidas por órgãos específicos, sob uma vigilância muito mais cuidadosa, visando preservar o que ainda sobrava do meio ambiente natural.

A moda, através da sua linguagem conceitual com abrangência universal, assim como o urbanismo e a arquitetura, se manifesta, a favor dos projetos de preservação do ecossistema e aproximação entre homem e a natureza, como se buscasse resgatar suas origens. Contudo, é um novo discurso que se vê redirecionando esse sentimento de resgate, predominado pela pluralidade de sentidos, que abole a centralização das idéias, fragmentando-as. Para Vera Dodebei (2000), é através das representações processadas na esfera pessoal, como memória individual, ou, na esfera pública, como memória coletiva, que se retém a memória social, construindo identidades culturais.

Como em todos os novos discursos, deve-se compreender que são mutantes as verdades construídas pela história, e que as próprias releituras inserem a visão do narrador, além de sofrerem interferências diretas da tecnologia, que a cada instante, possibilita uma nova visada. Partindo-se do pressuposto de que a leitura de uma sociedade, rebatida através da arquitetura, ou da moda, ainda pode ter inúmeras armadilhas, conforme adverte Souza (1987, p. 129), ao colocar que *“a moda tanto pode refletir as transformações sociais, como pode opor-se a elas através de subterfúgios, todas as vezes que há perigo de uma aproximação excessiva entre as classes e os sexos”*, entende-se que, no momento em que as releituras compõem o estilo contemporâneo, não se pode traçar um caminho único, direcionado do presente para o futuro.

Trabalhar a moda, sob o aspecto conceitual, como fazem os atuais *designers*, ao levarem suas propostas às passarelas, faz com que as releituras estejam mais presentes e sejam ainda mais constantes. Mendes e Haye (2003, p. 81), pesquisadoras do comportamento e das tendências

que geraram moda nos últimos cem anos, concluíram que os grandes costureiros e artistas do século XX se inspiraram em “fontes históricas e escapistas: o glamour hollywoodiano, o neoclassicismo, a revivescência vitoriana, o surrealismo e tradições de vestuário étnicas”.

É importante deixar registrado que a ‘tendência’ para uma próxima estação, não é determinada pela indústria da moda, ou pelos seus criadores, como pensa a grande maioria. Os anseios da coletividade é que direcionam para um estilo, e a pesquisa contextual é quem determina, o que só os verdadeiros *designers* saberão ler e representar na linguagem das roupas e dos acessórios. Afinal, a roupa é a interface material entre o indivíduo e o seu meio, e, como tal, a forma que vai assumir será definida por fatores diversos, inclusive pela ergonomia dos corpos em evidência, tomados como referência estética, logo, também idealizados como produto de moda. A dinâmica da vida ‘moderna’ das grandes cidades, faz com que o indivíduo circule nas ruas e se vista diferente – para um grande e desconhecido público.

Todo esse discurso pode ser confirmado através de uma simples observação visual, de caráter empírico, sobre as mulheres européias, no último verão, transitando pelas escadas e esteiras rolantes nas estações de metrô, usando as nossas ‘sandálias havaianas’ – um produto que acompanha o povo brasileiro, há décadas, nas mais remotas circunstâncias, não havendo registro de qualquer incidente, que por elas tenha sido provocado. Descontextualizadas, as mulheres francesas, por exemplo, deixam evidente a falta de intimidade que têm com esse tipo de calçado (um dos mais cobiçados produtos do atual modismo europeu), que, mesmo baixos e feitos de borracha, têm provocado uma série de acidentes nos espaços públicos das grandes cidades, como Paris, onde o ritmo de movimentação urbana é frenético. É importante que a opção por um determinado estilo de vestir ou de habitar, seja condizente ao ambiente em que se convive, pois, de forma indireta, vai estar interferindo sobre a qualidade de vida do lugar. Atenta ao bem estar coletivo, na virada do século XX, observa-se que, a moda tem participado ativamente na defesa de melhores condições para o espaço urbano, denunciado diversas questões polêmicas.

A moda conceitual tem participado ativamente de manifestos criticando as agressões ambientais e os desastres atmosféricos, a exemplo do *designer* japonês Kosuke Tsumura, que criou um agasalho representando um *kit* de sobrevivência do indivíduo no ambiente urbano, intitulado *Final Home* (1994), com mais de quarenta bolsos, cheios de papel, que podem ser

esvaziados em caso de emergência. O designer deixa claro que o corpo precisa de abrigo (FUKAI at al, 2003). Atualmente, a moda também tem contribuído na busca de soluções para os problemas urbanos, desenvolvendo estudos diversos, como o da reciclagem do lixo, do entulho, das embalagens não retornáveis, etc. Nesse setor, por exemplo, já colhe resultados positivos, pois uma série de novos materiais reciclados, já são normalmente reaproveitados como matéria-prima pela indústria da moda, assim como pela arquitetura: as garrafas *pet*, por exemplo, já são reutilizadas pela moda, há alguns anos, para tecer cambráia, malha e índigo (pesquisa desenvolvida pela Santista Têxtil), assim como a arquitetura tem reaproveitado essas garrafas no desenvolvimento de estruturas flutuantes. Os pneus gastos dos automóveis, estão sendo aproveitados, como matéria-prima, tanto pela indústria calçadista, como na fabricação de tijolos.

REFLEXÕES FINAIS

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.

Assim como a arquitetura, a moda informa e articula a construção de imagens para as cidades, ao revelar tradições, comportamentos, ou ‘estilos de ser’³ dos indivíduos que integram os movimentos sócio-culturais urbanos (tribos dos *zooters*, *punks*, *hippies*, *darks*, *yuppies*, *neonazistas*, *skin heads*, etc...). Para Wajnman (2002), as tribos urbanas possibilitam compreender a ‘resignificação’ do signo, já que mostram como o elemento estético e a vestimenta atuam na transformação da paisagem. É importante compreender que preservar a memória da cidade, vai além de recuperar as fachadas dos prédios. Para que se preserve a imagem da cidade, é indispensável que sua cultura seja preservada. Um dos elementos mais importantes, para transmitir a cultura de um lugar, é o indivíduo nativo, que vai estar se expressando ideologicamente, através de uma linguagem iconográfica, contida, tanto nas suas vestes típicas, quanto na sua forma cotidiana de se vestir e de se comportar.

Outro ponto que merece atenção é a relação do espaço com corpo humano. Ao ter tido suas formas e seu funcionamento interpretados por Goethe, no século XVIII, como orgânica, a arquitetura se aproximou do corpo humano. Essa aproximação, gerou uma relação, que pode estar resumida no ‘habitar’. Considerando que a arquitetura define o ‘habitar’ como uma adequação do indivíduo ao meio, entende-se que é a partir do próprio corpo, que o homem concebe sua unidade de proporção e escala. A roupa intermedia a relação entre o corpo e o ambiente. Para Castilho (2004, p. 45), “[...] *o corpo é um dos canais de materialização do pensamento, do perceber e do sentir o circundante, e o responsável por conectar o ser com o mundo habitado, real ou construído*”. A condição do homem é corpórea e o corpo é, antes de tudo, um corpo imaginário, onde tudo se desenvolve a partir da imagem que uma cultura fabrica dele (PITTA *apud* CASTILHO e GALVÃO, 2002). O diálogo entre corpo, o espaço construído e o meio, vai gerar uma imagem, a qual, definirá a identidade individual e coletiva de uma sociedade.

Enquanto o reflexo de um tempo, capaz de expor os hábitos e os costumes de uma sociedade, a moda que decora os corpos, os espaços interiores ou a fachada dos monumentos, pode ser compreendida como um objeto de composição da imagem urbana. O estilo adotado pela moda, informa sobre os modos de viver de uma sociedade. Segundo Argan (1998), ela representa um papel na dimensão cênica da cidade. Percebe-se, que assim como os estilos arquitetônicos, as formas vestimentares representam uma fonte de informações, de valor simbólico inesgotável, que complementam a leitura dos espaços urbanos, passível de identificar o tempo e o espaço de uma paisagem, o que é vital para as investigações históricas das cidades.

NOTAS:

1. Lucien Lelong foi estilista e presidente da *Chambre Syndicale*.
2. Prédio AT&T, Cidade de Nova Iorque, EUA, 1982.
3. ‘Estilos de ser’: expressão que vem sendo utilizada pela profa. Virginia Saback (Coordenadora do Curso de Design de Moda / UNIFACS), para interpretar o perfil comportamental de grupos consumidores, visando atender anseios, sonhos e necessidades cotidianas no desenvolvimento de produtos para os bens de moda.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARGAN, G. História da arte como história da cidade. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

BÉNAÏM, L. Issey Miyake. São Paulo: Cosac & Naify, 1999.

BOYLE, C. O mundo doméstico. Time-Life books. Rio de Janeiro: Abril, 1997.

CALDAS, D. Observatório de sinais, teoria e prática da pesquisa de tendências. Rio de Janeiro: Senac, 2006.

CARVALHO, J. A formação das almas: o imaginário da República no Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

CASTILHO, K. Moda e linguagem. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004.

CASTILHO, K; GALVÃO, D. A moda do corpo o corpo da moda. São Paulo: Esfera, 2002.

DODEBEI, V. Construindo o conceito de documento. In: LEMOS, B. e MORAES, N. (orgs.) Memórias e Construções de Identidades. Rio de Janeiro: 7 letras – UNI-RIO, 2000.

FAUX, D; et al. A beleza do século. São Paulo: Cosac & Naify, 2000.

FEGHALI, M. e DWYER, D. As engrenagens da moda. Rio de Janeiro: Senac, 2001.

FLÜGEL, J. A psicologia das roupas. São Paulo: Mestre Jou, 1966.

FUKAI, A; et al. La Moda: Storia dal XVIII al XX secolo. K C I. Köln: Taschen, 2003.

HARVEY, D. Condição pós-moderna. São Paulo: Loyola, 2000.

LAVER, J. A roupa e a moda: uma história concisa. São Paulo: Cia das Letras, 2001.

MENDES, V.; HAYE, A. A moda do século XX. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

MUMFORD, L. A cidade na história: suas origens, transformações e perspectivas. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

REBELLO, Y; OLIVEROS, R. Malhas: estruturas em moda e arquitetura. São Paulo: A&U, n° 133, p. 76-79, abril / 2005.

SENNETT, R. Carne e pedra: o corpo e a cidade na civilização ocidental. Rio de Janeiro: Record, 2003.

SOUZA, Gilda de Melo e. O espírito das roupas: a moda no século dezenove. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

WAJNMAN, S. e ALMEIDA, A. (orgs.). Moda, comunicação e cultura: um olhar acadêmico. São Paulo: Arte e Ciência, 2002.