



UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS
CAMPUS UNIVERSITÁRIO DE PALMAS
CURSO DE ARQUITETURA E URBANISMO

LUCAS PIRES LEANDRO

CENTRO CULTURAL NUI

PALMAS-TO
2021

UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS
CAMPUS UNIVERSITÁRIO DE PALMAS
CURSO DE ARQUITETURA E URBANISMO

LUCAS PIRES LEANDRO

CENTRO CULTURAL NUI

Trabalho de Curso apresentado ao Curso de
Arquitetura e Urbanismo, da Universidade
Federal do Tocantins - UFT, como requisito à
obtenção do grau de Bacharel.

Orientador: Prof. Dr. José Marcelo Martins
Medeiros

PALMAS-TO
2021

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Tocantins**

L437c Leandro, Lucas.
 Centro Cultural Nui: Trabalho de Curso apresentado ao
Curso de Arquitetura e Urbanismo, da Universidade Federal do
Tocantins - UFT, como requisito à obtenção do grau de Bacharel. . /
Lucas Leandro. – Palmas, TO, 2022.
 90 f.

 Monografia Graduação - Universidade Federal do Tocantins –
Câmpus Universitário de Palmas - Curso de Arquitetura e Urbanismo,
2022.

 Orientador: José Marcelo Martins Medeiros
 Coorientador: Luiz Otávio Rodrigues Silva

 1. Centro Cultural. 2. Moda. 3. Arquitetura. 4. Museu. I. Título

CDD 720

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS – A reprodução total ou parcial, de
qualquer forma ou por qualquer meio deste documento é autorizado desde
que citada a fonte. A violação dos direitos do autor (Lei nº 9.610/98) é crime
estabelecido pelo artigo 184 do Código Penal.

**Elaborado pelo sistema de geração automática de ficha catalográfica
da UFT com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).**

LUCAS PIRES LEANDRO

CENTRO CULTURAL NUI

Trabalho de Curso apresentado ao Curso de Arquitetura e Urbanismo, da Universidade Federal do Tocantins - UFT, como requisito à obtenção do grau de Bacharel.

Orientador: Prof. Dr. José Marcelo Martins Medeiros

Data da aprovação: 07 de fevereiro de 2022.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. José Marcelo Martins Medeiros, Orientador -
CAU/UFT

Prof. Msc. Luiz Otávio Rodrigues Silva, Examinador(a) -
CAU/UFT

Arq. Msc. Viviane Rocha Aguiar Zanotti, Convidado
Externo

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho ao meu pai, Diógenes Peixoto Leandro, que foi a pessoa que mais me apoiou durante toda minha vida até este momento. Espero que eu possa, pelo menos, atingir metade do sucesso e destaque que ele conseguiu.

Obrigado por cada palavra e, principalmente, cada ação. Te amo!

RESUMO

O museu é um instrumento que atende a função do homem como indivíduo e do homem como ser social. Os museus revelam o desejo de procurar novos públicos ou procuram realizar a diferença na vida das pessoas. É um lugar de conexão entre passado, presente e futuro, pois olhar o passado é conhecer o que foi feito para aprimorar mecanismos que podem influenciar o presente. Portanto, o presente trabalho visa a implantação de um edifício de exposições culturais, na cidade de Palmas – TO, que será um responsável por mostrar a história da moda e sua relação com a arquitetura. O local escolhido para a implantação do projeto será a Avenida Teotônio Segurado, uma das principais áreas da capital tocantinense.

Palavras-chave: Museu; moda; exposições; arquitetura cenográfica.

ABSTRACT

The museum is an instrument that serves the function of man as an individual and man as a social being. Museums reveal the desire to seek new audiences or seek to make a difference in people's lives. It is a place of connection between past, present and future, as looking at the past is knowing what was done to improve mechanisms that can influence the present. Therefore, this work aims to implement a building for cultural exhibitions, in the city of Palmas - TO, which will be responsible for showing the history of fashion and its relationship with architecture. The location chosen for the implementation of the project will be Avenida Teotônio Segurado, one of the main areas of the capital of Tocantins.

Keywords: Museum; fashion; exhibitions; scenic architecture.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Triblo africana Mursi, 2021.....	16
Figura 2 – Moda Renascentista.....	17
Figura 3 – Luis XIV, o Rei Sol.....	18
Figura 4 - Moda na Revolução Francesa ...	18
Figura 5 – Moda feminina no séc. XIX.....	19
Figura 6 - Evening gown, circa. 1900-05.....	20
Figura 2 – Coco Chanel nos anos 20.	20
Figura 8 – Moda feminina nos anos 30.....	22
Figura 9 - Moda feminina nos anos 40... ..	23
Figura 10 – Estilo New Look, Christian Dior, 1947.....	24
Figura 11 – Jovens americanos na década de 50.	25
Figura 12 – Mulheres de minissaia em um protesto feminista, 1969.....	25
Figura 13 – Festival Woodstock, 1969	26
Figura 14 – Grace Jones vestindo Issey Myiake, 1983.	27
Figura 15 – Moda nos anos 90. Reese Witherspoon, Mean Girls e K.Cobain... ..	28
Figura 16 – Moda nos anos 2000.	29
Figura 17 – Botas 100% veganas e sustentáveis desenhadas por Stella Mccartney....	29
Figura 18 – Interior de uma loja de fast fashion	30
Figura 19 – Desfile Dior SS20 por Kim Jones, 2020.	31
Figura 20 – Vestidos desenhados por Henry Van de Velde.... ..	34
Figura 21 – Casa Milà de Antôni Gaudí – Espanha. (1907) e modelos inspirados na Casa Milà.....	35
Figura 22 – Louis Vuitton Icone Bag x Zaha Hadid - 2006.....	35
Figura 23 – Tailleur Chanel (final da década de 1920) e Ville Savoye de Le Corbusier. Ano 1928.....	36
Figura 24 – Coberta do Ginásio e da Piscina da Arena Olímpica de Tóquio, ..	36
Figura 25 – Vestido Myake e Estádio de Riyadh.....	37
Figura 26 – Vestido <i>John Galliano</i> e Museu <i>Guggenheim</i>	37
Figura 27 – Loja Prada em Tóquio por Tadao Ando e o Capitonê.....	38
Figura 28 – Desfile da Chanel na semana de moda de Paris, 2011.... ..	40
Figura 29 – Coleção outono/inverno 2017 da Prada, OMA/AMO 2017	41
Figura 30 – Louis Vuitton Outono/Inverno 21. Playlab Inc. 2021	42
Figura 31 – Louis Vuitton Outono/Inverno 21. Playlab Inc. 2021... ..	43

Figura 32 – Pavilhão Barcelona e peça da Louis Vuitton	43
Figura 33 – Museu Yves Saint Laurent Marrakech.....	44
Figura 34 – Planta Baixa - Museu Yves Saint Laurent Marrakech.....	45
Figura 35 – Museu Yves Saint Laurent Marrakech	45
Figura 36 – Museu Yves Saint Laurent Marrakech	46
Figura 37 – Corte Humanizado - Museu Yves Saint Laurent Marrakech	46
Figura 38 – Corte Humanizado do auditório.....	46
Figura 39 – Fachadas	46
Figura 40– Cristóbal Balenciaga Museoa	47
Figura 41– Acessos ao museu.....	48
Figura 42– Antes e depois da fachada principal.	49
Figura 43– Átrio e vestíbulo.....	50
Figura 44 – Mudança no acesso ao museu.....	50
Figura 45 – Interiores do museu e exposições.....	51
Figura 46 – Esquema de acesso as exposições do museu.	51
Figura 47 – Cenografia Utopia SPFW N47.....	52
Figura 48 - Mobiliário	53
Figura 49 – Mobiliário que forma a palavra UTOPIA.....	54
Figura 50 – Vista da Japan House pela Av. Paulista	55
Figura 51 – Planta da Japan House.....	56
Figura 52 – Plantas da Japan House	56
Figura 53 – Interiores da Japan House... ..	58
Figura 54 – Interiores da Japan House.....	58
Figura 55 - Fotos do lote escolhido.....	60
Figura 56 - Mapa 01: Equipamentos urbanos... ..	62
Figura 57 - Mapa 02: Infraestrutura urbana.....	63
Figura 58 – Mapa 03: Uso do Solo	64
Figura 59 – Mapa 04: Curvas de nível	65
Figura 60 – Plano Conceitual: Pavimento Térreo	72
Figura 61 - Plano Conceitual: Pavimento Superior	73
Figura 62 – Estudo da Forma.....	75
Figura 63 – Perspectiva explodida.....	76
Figura 64 – Percurso do vento no edifício.....	77
Figura 65 – Planta baixa Pavimento Térreo.....	78
Figura 66 – Planta baixa Pavimento Superior	79
Figura 67 – Salão de exposições do térreo.....	80

Figura 68 – Biblioteca e espaço de leitura	81
Figura 69 – Cafeteria	82
Figura 70 – Salão de exposições superior	83
Figura 71 – Salão de exposições superior	83
Figura 72 – Sala de exposições	84
Figura 73 – Sala de exposições	84
Figura 74 – Planta baixa Pavimento Térreo	85
Figura 75 – Planta baixa Pavimento Térreo	85

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – PRINCIPAIS PONTOS DOS CORRELATOS... ..	52
QUADRO 2 – PROGRAMA DE NECESSIDADES.....	69

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO...	8
1.1 PROBLEMÁTICA.....	10
1.2 JUSTIFICATIVA	12
1.3 OBJETIVO GERAL.....	13
1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS... ..	13
1.5 METODOLOGIA... ..	14
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	15
2.1 A EVOLUÇÃO DA MODA	16
2.2 A RELAÇÃO ENTRE MODA E ARQUITETURA... ..	32
2.3 ARQUITETURA CENOGRÁFICA EM DESFILES... ..	39
3 ESTUDOS DE CASO.....	44
3.1 MUSEU YVES SAINT LAURENT – MARRAKESH (MARROCOS) ..	44
3.2 CRISTÓBAL BALENCIAGA MUSEOA – GETARI (ESPANHA)	47
3.3 CENOGRAFIA UTOPIA SPFW N47 – SÃO PAULO (BRASIL).....	52
3.4 JAPAN HOUSE – SÃO PAULO (SÃO PAULO).....	55
4 DIAGNÓSTICO DO LUGAR.....	60
4.1 LOCALIZAÇÃO DO LOTE E ANÁLISES URBANAS.....	60
4.2 LEGISLAÇÃO.....	67
5 PROJETO.....	69
5.1 PROGRAMA DE NECESSIDADES.....	69
5.2 PLANO CONCEITUAL... ..	72
5.3 PARTIDO ARQUITETÔNICO.....	74
5.4 PROJETO DE INTERIORES.....	80
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS... ..	86
7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	87

1 INTRODUÇÃO

Desde o começo da vida humana, as populações usavam peles de animais para se protegerem do clima. Contudo, foi só no século XV, no início do Renascimento Europeu, que a história da moda ganhou força. Ela passou a ter um caráter com maior foco no indivíduo, com o objetivo de diferenciar o que, antes, era igual, porque, nesta época, se usava um estilo de roupa durante toda a vida.

A partir da Idade Média, começou a existir um padrão de vestimenta que seguia as classes sociais. Na história da moda antiga, o jeito de se vestir determinava a classe que você pertencia, existindo, inclusive, leis que restringiam certas cores e tecidos somente aos nobres.

No século XVIII, com a Revolução Industrial, os tecidos passaram a custar menos. Com a invenção da máquina de costura, o custo caiu ainda mais, possibilitando que as roupas fossem feitas com maior facilidade. Com isso, elas passaram a ser mais acessíveis, podendo ser compradas até pelos menos afortunados. Neste período, a Inglaterra passou a dominar o mercado de algodão e industrializar outros materiais, como a seda. A produção em massa começou neste período, e isso mudou a história da moda para sempre.

No século XX há uma simplificação nas vestimentas. Tudo passou a ser menos rígido, adornado e colorido, sendo que a funcionalidade virou um ponto importante. Acessórios, como fraques longos, cartolas e chapéus-coco, entraram em desuso. Os chapéus femininos chamativos praticamente desapareceram, passando a ser usados apenas em ocasiões de gala da corte inglesa. O corpo passou a ficar mais à mostra. As saias e os vestidos passaram a fazer parte do guarda-roupa das mulheres. A moda deu ainda mais foco para a liberdade individual, podendo ser baseada em gostos pessoais. A partir de então, ela foi reconhecida como algo de caráter social.

A história da moda anos 60 traz as jaquetas de couro, as botas e o jeans como parte do guarda roupas. O rock'n'roll ganhou força neste período, com nomes como os Beatles e a Janis Joplin sendo destaque, influenciando a forma como as pessoas se vestiam.

Nos anos 70, o hippie ganhou protagonismo. Agora, paz, amor e

liberdade eram prioridades, transmitidos por meio de estampas alegres, coloridas e com flores, sempre trazendo sensibilidade, bom humor e descontração. Calça boca de sino, pantalonas e cintura alta são algumas das tendências da época.

Todas essas tendências influenciam a história da moda até hoje, sendo que muitas dessas peças sempre acabam voltando para as passarelas em novas versões, atualizadas para o século XXI.

No entanto, outro marco que mudou tudo, inclusive a história da moda no Brasil, foi a globalização. Com ela, passou a ser mais fácil consumir materiais e tendências pelo mundo todo. Não há barreiras, nem fronteiras, então, o consumo passou a ser mais rápido, sendo possível fazer negócios com todos os países.

A produção passou a ser em larga escala e mais tecnológica, o que barateou muitas roupas e tornou possível que a moda fosse algo acessível. Importação e exportação viraram regra, e o mercado acelerou. A moda que vemos atualmente foi graças a esse processo de globalização.

Como todo patrimônio histórico, a moda deve ser pesquisada, documentada e exposta para apreciação da sociedade. E nada mais apropriado para esse papel do que um museu da moda, que sirva como um ponto cultural e de entretenimento para a população.

1.1 PROBLEMA

Toda cidade necessita de um local que explore a cultura e desperte a curiosidade da população em aprender algo que não é tão comum. Principalmente no cenário atual, onde há uma tendência em precarizar e abandonar museus.

Em uma sociedade complexa, como a brasileira, os museus possuem papel de suma importância na valorização do patrimônio cultural e como dispositivo estratégico de aprimoramento dos processos democráticos. Para cumprir essa função, esses espaços devem estar a serviço da sociedade e do seu desenvolvimento.

Antes da pandemia o número de visitantes tinha um aumento gradual e constante ao longo dos anos, mas ainda assim era uma quantidade bem abaixo em relação a outros países. Segundo Nelson Colás (2018), diretor de Relações Institucionais da Feambra (Federação de Amigos de Museus do Brasil), uma das causas é a falta de hábito do brasileiro em frequentar esses locais. "Por sermos um país jovem, com uma grande miscigenação étnica e educação patrimonial ainda tão precária, também existem aqueles que acham que só o que é novo é bom e interessante", diz Colás (2018).

A falta de conhecimento e reconhecimento com o que está sendo exposto em instituições culturais também justificam esse distanciamento. O fator principal, no entanto, pode até parecer óbvio: o Brasil possui poucos centros culturais. Segundo o Panorama Museus no Brasil de 2010, levantamento realizado pelo IBRAM (Instituto Brasileiro de Museus), dos mais de 5.500 municípios brasileiros, 78,9% não possuem museus.

Segundo o Instituto Brasileiro de Museus (Ibram), autarquia vinculada ao Ministério da Cultura, os museus mais visitados do país em 2016, exceto os CCBBs, foram: Museu do Amanhã, no Rio (1,4 milhão de visitantes); Museu da Imagem e do Som, em São Paulo (446 mil visitas); MASP (408 mil); MAR - Museu de Arte do Rio (404 mil); Museu Imperial, em Petrópolis (368 mil); Pinacoteca do Estado de São Paulo (325 mil); Instituto Inhotim, em Minas (322 mil); Museu do Futebol, em SP (320 mil) e Museu Histórico Nacional, no Rio (125 mil).

Verifica-se que o aumento da visitação se deve muito às exposições

de artistas e temas relevantes e à divulgação maciça pela mídia. Museus que se dedicam à cultura brasileira têm posição de destaque, como o MIS, Museu Imperial, Museu do Futebol, Museu Histórico Nacional, entre outros.

Em Palmas há alguns museus e centro culturais, entre eles o Espaço Cultural, Memorial Luis Carlos Prestes, Casa Suçuapara e o Museu Histórico do Tocantins, mais conhecido como Palacinho. Além do baixo número também há pouco apelo e iniciativas para explorar o lado cultural da cidade fazendo com que haja pouco interesse da população.

JUSTIFICATIVA

“A memória coletiva é, também, móvel em suas formas de manifestação e absorção/armazenamento; não se reproduz tal qual o fato presente no ato do acontecimento; é seleção, interpretação, transmissão de apenas certas representações do passado a partir do grupo em questão, de sua influência, de alguns de seus mediadores (Namer, 1986). Por isso a importância dos lugares de memória de forte poder simbólico e de pertencimento/agregação coletiva, relevância, também, de ambientes sociais, dos quadros sociais, ou seja, dos ambientes de maior familiaridade, os quais vão ritualizando, comprometendo-se na recordação, acumulando conhecimentos, acervo linguístico, empatia e afetividade, criando, assim, referenciais de identidade e integração” (BOSI, 1994). (TEDESCO, 2011, p.164-165).

Preservar a história e a memória do ser humano sempre foi um grande desafio. Nesse contexto, os museus exercem um significado extremamente relevante. Muitos pensam que eles são apenas um caminho em direção ao passado, quando na verdade são muito mais que isso. É um lugar de conexão entre passado, presente e futuro, pois olhar o passado é conhecer o que foi feito para aprimorar mecanismos que podem influenciar o presente, para que novos conhecimentos e técnicas sejam disponibilizadas para a sustentabilidade das futuras gerações.

É necessário um projeto como este, pois um dos principais objetivos do arquiteto e urbanista é despertar o interesse, estimular a reflexão e promover a socialização da população.

Este estudo busca agregar acerca da rica história da moda e como ela se confunde, influencia e é influenciada pela arquitetura ao longo da história. Por fim, analisar como a arquitetura é lembrada nas coleções e desfiles de estilistas que contribuíram com a história da moda, como Cristóbal Balenciaga, Virgil Abloh e Yves Saint Laurent, e apresentar uma parte da produção de alguns estilistas com forte influência da arquitetura de Antoni Gaudí, Oscar Niemeyer, Ruy Ohtake e Kenzo Tange.

OBJETIVO GERAL

Projetar um centro cultural de livre acesso ao público que tenha exposições fixas de estilistas locais e internacionais, contando suas biografias e expondo peças de vestuário, e exposições sazonais interativas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Realizar um estudo teórico sobre a história da moda, que aborde desde o período da Revolução Industrial, sua relação com a arquitetura, onde houve influências entre as duas áreas criativas e exemplificar a arquitetura cenográfica, mostrando arquitetos que realizam este tipo de projeto;
2. Fazer estudos de caso no Brasil e no exterior, de modo que sirvam como modelos referenciais para elaboração do projeto arquitetônico;
3. Elaborar um diagnóstico da área de implantação do edifício, utilizando mapas temáticos para um melhor entendimento;
4. Com os conhecimentos adquiridos, projetar o centro cultural que seja acessível para diversos perfis e contextos sociais e que funcione como ponto de socialização, reflexão e imersão cultural da população.

METODOLOGIA

O trabalho foi desenvolvido de acordo com as seguintes etapas:

- Elaboração do referencial teórico;
- Estudos de caso;
- Diagnóstico do local;
- Projeto;

Na primeira etapa do trabalho foram realizadas pesquisas bibliográficas para elaboração do referencial teórico, onde foram apresentados estudos da evolução da moda, sua relação com a arquitetura e arquitetura cenográfica;

Consecutivamente , foram analisados e apresentados seis estudos de caso de museus da moda e projetos de arquitetura cenográfica, tanto do Brasil quanto do exterior.

Posteriormente, foi feito um diagnóstico da área de implantação do projeto arquitetônico através de mapas temáticos, propostas e diretrizes projetuais e a realização do anteprojeto.

Por fim, na última parte do trabalho, foi elaborado um programa de necessidades para nortear na criação do edifício, plano conceitual, partido arquitetônico, bem como a realização do estudo preliminar.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

“Uma vez Luís XIV afirmou que a moda é o espelho da história. Não podemos negar. Conforme se alteram os cenários do nosso mundo, a moda muda. Não há nada que esteja acontecendo hoje que não possa influenciar a maneira de vestir das pessoas. E a história da vestimenta pode nos fornecer uma visão panorâmica da importância que o vestuário assumiu ao longo do tempo e de como a cultura predominante em cada momento o influenciou” (EMBACHER, 1999, p. 27).

2.1 A evolução da moda

A moda conserva a memória de cada tempo. Foi, é, e continuará sendo um registro histórico vinculado às épocas e civilizações. Não nasceu junto com a história da humanidade, mas continua sendo um dos acontecimentos mais influentes na narrativa da civilização ocidental e no desenvolvimento dela no mundo moderno. Ela abrange as mais variadas áreas humanas, tendo relações primordiais entre a sociedade e o indivíduo.

A etimologia do substantivo feminino “moda”, constituído a partir do francês *mode* (maneira de vestir), originária do latim *modus* (medida, modos, molde), está conectada atualmente a uma série de termos populares como “look”, “estilo”, “tendência”, “na moda”, “última moda”, que, de certa maneira, mudam sutilmente o seu significado original. A moda, para a autora Calanca (2008), não é uma expressão tão antiga, já que ela entrou no repertório italiano em meados do século XVII como empréstimo da palavra francesa *mode*. O uso da palavra nessa época era para designar a transformação e a busca da elegância por parte de uma classe social privilegiada referente às roupas, ao modo de pensar, aos objetos de decoração, de agir e de escrever.

A moda acompanha a evolução da indumentária e suas fases no tempo, sendo, muitas vezes, confundidas como se fossem o mesmo objeto. Estudiosos e historiadores não sabem ao certo quando a vestimenta começou a fazer parte da história da humanidade. Acredita-se que o uso da pele de animais tenha surgido na pré-história a partir do momento em que o homem nômade passou a se deslocar por diferentes regiões na busca de alimentos. Com as mudanças climáticas e guiados pelos instintos, houve

alguns motivos primordiais para o seu uso: proteção corporal diante de fatores naturais, como o frio, a proteção defronte a insetos que se alimentam de sangue, espinhos das vegetações e a capacidade de atribuir forças e poderes de animais, como a bravura e força, ao vesti-lás.

Outra resposta ao uso pode estar ligada ao pudor. Mas o que se considera nudez em certas culturas não é o mesmo em outras. Para alguns seriam cobrir as genitálias, mas se observamos diferentes culturas, há tribos africanas em que as pessoas se sentem nuas na falta de adornos nas orelhas, pescoços ou nariz. Assim como a beleza, a nudez está nos olhos de quem a vê. Há tribos em que a cultura se desenvolveu pela naturalidade, mas ainda sim estão vestidas, seja com tatuagens, enfeites, pelagens, entre outras coisas.

Figura 1 – Triblo africana Mursi, 2021



Fonte: <https://www.exploring-africa.com/en/ethiopia/mursi-people/clothing-accessories-and-body-modification-mursi>, 2021.

Com as Cruzadas e a reabertura do comércio com o Oriente, no século XI, os expedicionários tiveram contato com as civilizações orientais. Quando retornaram à Europa, trouxeram consigo a cultura de lá por meio de tecidos, roupas e técnicas de vestimentas. Ao descobrir um estilo de vida mais sofisticado, iniciou-se a chamada nobreza. Um novo padrão de beleza feminina foi descoberto, fazendo com que as roupas comesçassem a realçar a silhueta da mulher, tornando-a mais sedutora.

Só na segunda metade do século XIV foi possível reconhecer a moda como sistema. As pessoas fidelizavam o passado, com tradições ancoradas

a um padrão transferido de geração em geração. Quando foi inventada, a moda contribuiu para um novo e diferente olhar. A ideia era ser distinto e não se parecer com gerações passadas.

No período da Renascença, a moda Europeia visava enfatizar as características de cada gênero. O crescimento populacional e urbano fez com que houvesse uma diferenciação na indumentária entre o sexo masculino e o feminino, fazendo com que as construções indumentárias ficassem ainda melhores, modelando os corpos de acordo com suas feições, dando um caráter estético além do utilitário.

Figura 2 – Moda Renascentista



Fonte: <https://evolucaodamoda.weebly.com/renascimento.html>, 2021.

Na segunda metade do século XVII, na corte de Luís XIV, os franceses começaram a esbanjar exageradamente a extravagância sem precedentes. A França conquistou o privilégio da cultura e do estilo que permanecem até hoje. Luís utilizava a moda para questões políticas, introduzindo a aristocracia em uma época um tanto irreverente. A superioridade do reinado era estabelecida pela moda, e o prestígio do povo baseava-se na aparência.

Figura 3 – Luis XIV, o Rei Sol



Fonte https://pt.wikipedia.org/wiki/Lu%C3%ADs_XIV_de_Fran%C3%A7a

A Revolução Francesa deu fim em todos esses excessos no vestuário. Tornou-se um ato suicida ostentar status de nobreza. O melhor era vestir-se de maneira simples para evitar a guilhotina. A procura pela naturalidade fez com que as roupas masculinas francesas da corte fossem trocadas pelas inglesas. As roupas femininas tornaram-se mais fluídas e leves.

Figura 4 – Moda na Revolução Francesa



Fonte <https://citandomodasiteblog.wordpress.com/2016/12/07/revolucao-francesa/>

A partir do século XIX, foi desenvolvido um novo modo de pensar e viver a moda, fortalecido pelo dinamismo e crescente produção, permeada pela Revolução Industrial que possibilitou a movimentação dos negócios e agitação da vida moderna. Neste cenário, o vestuário passou por transformações, criando a moda contemporânea, onde inúmeros movimentos artísticos puderam florescer, principalmente na Europa. A moda passou a ser percebida não apenas como um fator estruturante dos aspectos culturais, porém como um atributo social para as pessoas, legitimando desejos, anseios, necessidades e satisfações através da lógica individualista.

Figura 5 – Moda feminina no séc. XIX



Fonte <http://www.entendademoda.com.br/2013/02/a-moda-no-seculo-xix.html>

Foi a partir do século XIX, que a moda inseriu em seu contexto novas percepções, onde de um lado permaneciam as criações de luxo e sob medida praticadas pela Alta Costura e de outro, a produção massificada, porém mais acessível do *prêt-à-porter* atendendo as diferenças notórias entre os níveis sociais com necessidades e desejos distintos.

Ao contar este período da moda é impossível não falar de Charles Frederick Worth, o artesão responsável por abrir o primeiro ateliê de alta-costura em Paris, em 1858. Conhecido como o “pai da alta-costura”, o nome de Worth ficou eternizado na moda. O estilista inglês é lembrado por ter substituído a crinolina pela anquinha, um tipo de armação utilizada para dar volume aos quadris e traseiro da mulher. A silhueta dos modelos de Worth dominaram o período da Belle Époque. O estilo de corpo ampulheta com volume nos quadris e ombros e cintura fina, visto na Figura 1, dominou a época.

Figura 6 - Evening gown, circa. 1900-05



Fonte: Europeana, 2021.

O início do século XX foi marcado por significativas mudanças no modo de viver, o que automaticamente influenciou a moda daquele tempo. A abolição dos espartilhos e as mudanças estéticas no vestuário feminino, feitas por Paul Poiret, Coco Chanel e Madeleine Vionnet foram relevantes, mas a grande responsável pela drástica mudança na moda feminina foi mesmo a Primeira Guerra Mundial. Com os homens nos campos de batalha, as

mulheres precisaram assumir outros papéis na sociedade.

Revolucionária da moda, Gabrielle Bonheur Chanel, a “Coco” (1883-1971), desenhou roupas para a mulher moderna emancipada. Sua estética despojada e fácil de usar se adaptava com perfeição às necessidades e aos desejos de mulheres com participação ativa no novo século. (FOGG, 2013, p.222)

De acordo com Palomino (2013) a década de 20 foi marcada pelo fim da ditadura dos espartilhos. Com vestidos mais curtos e de cintura baixa, que disfarçavam as curvas do corpo, as mulheres começam a se libertar. É o começo da era feminista. “Sexualmente liberada, de cabelos curtos, fumante e masculina” (PALOMINO, 2013, p.55), esse é o novo ideal de mulher.

Figura 7 – Coco Chanel nos anos 20.



Fonte: <https://renatalopes.me/2018/08/06/entendendo-a-moda/>

Nos anos 30 em reação aos comprimentos mais curtos da década anterior, as medidas voltam a baixar, “de dia usa-se o demi-molet (no meio da panturrilha), e à noite, o longo” (PALOMINO, 2013, p.55). A moda nesse período é baseada nos cinemas, as estrelas hollywoodianas são quem ditam as tendências.

As imagens hollywoodianas de desejo e atração sexual influenciam com frequência a moda feminina, e mais do que nunca na era de ouro dos anos 1930, quando os Estados Unidos atingidos pela Depressão buscaram uma fuga no cinema. Estrelas como Carole Lombard e Mae West, as primeiras bombshells louras, tornaram-se líderes de moda, ostentando cintilantes vestidos de cetim branco contra o fundo de

superfícies espelhadas dos cenários art. déco. (FOGG, 2013, p.270)

Segundo Fogg (2013) a alta costura francesa era referência na moda de luxo, porém essa moda era restrita a um público específico. A população em geral não tinha acesso, mas o cinema hollywoodiano inovou ao apresentar ao mundo a alta costura francesa, o que influenciou a moda nessa década.

Figura 8 – Moda feminina nos anos 30.



Fonte: <https://laughingelephant.com/05035b/>

Em 1940, a moda novamente é influenciada pela guerra. De acordo com Palomino (2013) “a guerra vem como catalisador das mudanças na moda” (Palomino 2013, p.56). A Segunda Guerra Mundial (1939-1945) mudou diversos fatores da sociedade, incluindo a moda.

Figura 9 – Moda feminina nos anos 40.



Fonte: <https://vintagehandbook.wordpress.com/1940s-fashion/>

Aos poucos o ideal de mulher estabelecido pela Europa foi sendo substituído pelo americano, “as garotas de suéter e as pin-ups são verdadeira necessidades das tropas” (PALOMINO, 2013, p.57). Logo após o fim da Segunda Guerra Mundial a moda ressurgiu com o *New Look*², de Christian Dior, que de acordo com Palomino (2013) foi uma das principais revoluções da história da moda. Em fevereiro de 1947, ao lançar sua coleção batizada de *New Look*, Dior quis trazer de volta a imagem de uma mulher feminina, glamourosa e sofisticada, que foi abafado pelos difíceis anos da guerra. Inspirado pela silhueta do século XIX, Dior tráz de volta as mulheres o desejo de se vestir com elegância

Figura 10 – Estilo New Look, Christian Dior, 1947.



Fonte: <http://modahistorica.blogspot.com/2013/05/1947-o-new-look-dior.html>.

A geração pós-guerra atingiu a adolescência, rebelando-se contra o autoritarismo. Foi assim que esses jovens pararam de se espelhar nos pais para criar uma nova identidade e uma diferente forma de expressão daquilo que pensavam e sentiam, expressando mais do que a classe social a que pertenciam: os seus verdadeiros interesses.

Figura 11 – Jovens americanos na década de 50



Fonte: <https://vintagedancer.com/1950s/1950s-teen-boys-clothing/>

O grande ícone da moda na década de 1960 foi, sem dúvidas, a minissaia. A inglesa Mary Quant divide sua criação com o francês André Courrèges e ainda diz: “A ideia da minissaia não é minha, nem de Courrèges. Foi a rua que a inventou”, ressaltando que o streetwear cada vez mais influenciava as inspirações de estilistas. O poder de compra entre os jovens, aumentou e a divulgação de produtos feita pela imprensa feminina, através de televisores e propagandas, foi bastante ilustrativa, fazendo desses motivos a base para o consumismo juvenil.

Figura 12 – Mulheres de minissaia em um protesto feminista, 1969.



Fonte: <https://theshoppers.com/pt-br/moda/moda-dos-anos-60/>

Os anos 60 também foram marcados pelos movimentos feministas, as mulheres buscavam cada vez mais, conquistar os espaços que antes eram destinados apenas aos homens. De acordo com Palomino (2013) com as pílulas anticoncepcionais as mulheres se tornam cada vez mais livres e sexualmente ativas. “Em 1966, Yves Saint Lauren inventa o smoking para as mulheres, numa ruptura do masculino/feminino influente até hoje” (PALOMINO, 2013, p.60).

O movimento hippie que teve início na segunda metade dos anos 60, continuou na década seguinte e ganhou ainda mais força. Foi nos anos 70 que o estilo paz e amor, filosofia do movimento hippie, chegou ao seu apogeu. Tudo que as pessoas sabiam sobre moda mudou. Isso porque nessa época surgiu o movimento anti-moda, as pessoas pararam de seguir a moda imposta, e começam a criar modos de vestir próprios. É o começo de uma moda cada vez menos massificada. Entre as características mais marcantes na moda dos anos 70 estão as cores vibrantes, tecidos de brilhantina, imagens psicodélicas, coletes de couro, franjas e a calça flare. As calças jeans também foram um fator marcante na moda dessa década.

Figura 13 – Festival Woodstock, 1969.



Fonte: <https://www.gqitalia.it/moda/article/woodstock-stile-festival-rock>.

O período de 1980 foi considerado uma “década perdida”, referente ao declínio da economia mundial por intermédio da baixa produção interna, da alta da inflação e da constante instabilidade. As roupas não traduziram essa maré baixa, pelo contrário, exaltavam cores vibrantes, instigavam a saúde e a boa forma, principalmente no quesito de exercícios aeróbicos que virou febre na época por causa da atriz Jane Fonda, destaque com seus

vídeos de ginástica.

Procurando expressar a contrária situação econômica, houve itens marcantes à época: *cotton-lycra* e roupas de moletom usados nas academias, estampas *animal print* (como as de onça), cores cítricas, cabelos assimétricos e acessórios falsos. O aparecimento de tecidos novos, como o *stretch*, acrescentava um ar futurista ao guarda-roupa.

Na alta-costura, destacam-se: Karl Lagerfeld, Christian Lacroix, Jean Paul Gaultier, Yohji Yamamoto e Rei Kawakubo.

Figura 14 – Grace Jones vestindo Issey Miyake, 1983.



Fonte: <https://www.vogue.com/article/eighties-revival-on-the-runway>

Depois de uma década de exageros, os anos 90 chegaram com uma moda minimalista e *low profile*. Com uma gama de estilos à disposição, as mulheres passaram a escolher suas roupas adaptando seus gostos pessoais às tendências.

No início da década, o grunge propõe um modo desleixado por meio da música e da vestimenta e, mais uma vez, surge moda da antimoda. Grupos como Pearl Jam e Nirvana acolhem uma juventude cansada do mundo frenético dos anos 1980.

A moda prêt-à-porter cresce e ganha maior popularidade, embora a alta costura continue para uma sociedade mais abastada e que agora conta também com celebridades como modelos, atores e atrizes. É nesse cenário que as grifes italianas despontam, caminhando lado a lado com as parisienses. Armani, Prada e Gucci tornam-se referências mundiais por sua moda criativa e de alta qualidade.

Os avanços tecnológicos também agregaram novidades à moda. Tecidos inteligentes trazem mais conforto às peças do dia a dia. Surgem novos acabamentos anti-bacterianos, resistentes aos raios UV e até termotativos para maior liberdade de escolha e movimento.

Figura 15 – Moda nos anos 90. Reese Witherspoon, Mean Girls e Kurt Cobain



Fonte: <https://retropond.com/15-90s-fashion-trends/>.

Os anos 2000 protagonizam a consolidação da era da globalização. As mudanças são ainda mais aceleradas, o acesso a informação é cada vez maior e mais dinâmico, dessa forma a mídia passa a ser grande influenciadora na vida das pessoas.

Figura 16 – Moda nos anos 2000



Fonte: marieclaire.com/fashion/g26907530/2000s-fashion-trends/

O início do século XXI é marcado por duas tendências: a que nada se cria, e tudo se copia e a moda vem e vai. Isso porque o que podemos ver nesse novo milênio são releituras de décadas passadas. A cada temporada uma década é celebrada. O século XXI é caracterizado por uma grande gama de tendências, o que vemos hoje, é um movimento inverso, onde as tendências vão das ruas para as passarelas.

Surge o conceito de metrossexual, os emos, os indies, as raves, a diversidade. A masculinidade mudou seus paradigmas de contestação, o alternativo tornou-se pop, o retrô atual e a globalização um fato. O sustentável, o reciclável e o eco nunca foram tão bem explicados e valorizados no consumo, assim como os produtos naturais, orgânicos, integrais e caseiros.

Figura 17 – Botas 100% veganas e sustentáveis desenhadas por Stella McCartney



Fonte: <https://www.stellamccartney.com/us/en/stellas-world/100-sustainable-100-vegan-discover-stella-x-hunter-boots.html/>

As passarelas voltam a atenção para as brasileiras, como Gisele Bündchen, Isabelli Fontana e Alessandra Ambrósio. Além da moda de rua conhecida como Street Style, ganhar força e invadir a internet com blogs e flogs disseminando o modo de vestir de pessoas por todo o mundo. O Retrô deixa de ser um fenômeno apenas das tribos urbanas e parte para as passarelas também. No exterior, Stella McCartney, John Galliano e Alexander McQueen, formados pela Central St. Martins, em Londres, são os nomes da vez. Estilistas brasileiros passam a ser cada vez mais reconhecidos, como Gloria Coelho, Reinaldo Lourenço e Alexandre Herchcovith.

A explosão do Fast-Fashion pelo mundo em lojas, como Gap, Uniqlo, H&M, C&A, Zara. No Brasil, Riachuelo, Renner, Marisa. Blogs de moda tornam-se populares entre jovens adultos e adolescentes, propondo novos comportamentos em moda e consumo.

Figura 18 – Interior de uma loja de fast fashion



Fonte: <https://www.fashionbubbles.com/historia-da-moda/fast-fashion-o-que-e/>

Na nova década os influenciadores digitais se firmaram de vez como parte fundamental da moda. Não é exagero dizer que as redes sociais mudaram e certamente a moda também. O que começou como uma forma de se gabar de você estar em um show do Jay-Z se tornou um fluxo diário de marcas, tendências e corpos brilhantes que nos transformaram em avatares jogando um longo e lucrativo jogo de estilo. Marcas como Reformation, OFF-WHITE e Alyx Studio se tornaram gigantes por meio de uma série de publicações e curtidas. Desfiles de moda transformados em espetáculos multimilionários projetados exclusivamente para parecer legais em uma

transmissão ao vivo portátil. Ser *influencer* tornou-se uma aspiração de carreira em vez de uma palavra que não estava realmente no dicionário.

Em um período de tendências cada vez mais saindo das ruas para as passarelas, peças não binárias, estética andrógina, crescimento do *workwear*, *warcore techwear* e *avant-garde*, nomes como Raf Simons, Rick Owens, Virgil Abloh e Kim Jones se destacaram.

Figura 19 – Desfile Dior SS20 por Kim Jones, 2020.



Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/807340670692162781/>

2.2 A relação entre moda e arquitetura

“Vestir e habitar são duas necessidades básicas que se completam, que traduzem um pouco do que somos.” (MATTOS, 2018).

Moda e Arquitetura são áreas criativas que tratam de estrutura, proporção e equilíbrio, princípios que norteiam o traçado propositivo, em suas distintas escalas e suportes. Essas artes se aproximam uma vez que vestir e habitar são duas necessidades básicas análogas, que residem na interação entre o eu e o não-eu, entre as pessoas e o meio físico e social. Apesar de servirem essencialmente a propósitos elementares como vestir e abrigar, a arquitetura e a moda podem assumir diversas formas em diferentes períodos.

Entendendo que o corpo é o elemento de conexão entre moda e arquitetura, uma vez que componentes - estrutura, volume, transparência, material, etc. – se fazem presentes tanto na arquitetura como também são encontrados na indumentária, não é de se estranhar que estilistas explorem o universo arquitetônico em suas criações e arquitetos inspirem-se na moda para conceber novos conceitos em projetos arquitetônicos. Inevitavelmente, arquitetos, estilistas e designers são influenciados por toda a cultura e o momento histórico em que vivem, e essas características aparecem de maneira marcante na moda e na arquitetura.

Por exemplo, os traços simples da Arquitetura Moderna, corrente à qual se filiam nomes como Oscar Niemeyer, são reflexos do período de revisão de valores e rejeição a tudo o que era tradicional que marcou as primeiras décadas do século XX. Na moda, o movimento é similar. Um exemplo clássico é a minissaia, símbolo de um tempo de libertação e contestação jovem.

Lúcio Costa diz que o princípio básico da arquitetura é a construção. E que a arquitetura não deveria ser o simples construir desordenado, mas o construir de forma “ordenada e organizada no espaço para determinada finalidade e visando a determinada intenção”. (COSTA, 1995, p.246).

Para o arquiteto Aldo Rossi (1931-1997), em “A arquitetura da cidade”(2001), a arquitetura é compreendida como um ambiente construído

onde acontecem as relações humanas. Assim, a importância da arquitetura deve-se a essa capacidade intrínseca de projetar os ambientes que juntos formarão a cidade onde:

O elemento coletivo e o elemento privado, sociedade e indivíduo, contrapõem-se e confundem-se na cidade, que é feita de inúmeros pequenos seres que procuram uma acomodação e, junto com ela formando um todo com ela, um pequeno ambiente mais adequado ao ambiente geral. (ROSSI, 1995 p. 3)

Tanto a arquitetura, como a moda, possuem a função de proteger o homem, bem como nutrem a ideia de abrigo, além do que essas artes sempre dialogaram, expressando o contexto social de um período, apesar de se apresentarem em diferentes linguagens. Sendo a roupa essencialmente criada para cobrir o corpo do indivíduo e a casa para abrigá-lo em proporções maiores.

Linhas retas ou curvas, cores e texturas são palavras difíceis de definir se o assunto trata da moda ou da arquitetura. Na realidade, as duas artes andam juntas, mais juntas do que se imagina, uma vez que tanto uma como outra proclamam tendências e acontecimentos de determinadas épocas com linguagens diferentes, além de expressarem e materializarem ideologias. Dessa forma, tanto a roupa, como a casa e a cidade, têm significações psicológicas de caráter especialmente protetor, de agasalho, de abrigo. Sendo por isso que muitas vezes a moda, nas suas releituras se utiliza das estruturas arquitetônicas para se materializar em peças do vestuário. E, da mesma maneira que um edifício pode influenciar um modelo de traje, ou uma coleção, uma indumentária pode igualmente influenciar um projeto arquitetônico.

No século XIX, Henry Van de Velde, arquiteto belga precursor do Art Nouveau, projetava interiores que combinava com vestidos e acessórios a ser usados naqueles cômodos. Van de Velde usava suas habilidades para transformar espaços e sensações em peças vestidas por sua esposa e esposas de amigos.

Figura 20– Vestidos desenhados por Henry Van de Velde.



Fonte: <http://www.somethingfashion.es/2015/06/the-architect-who-forced-to-dress-as-he.html>, 2015.

No começo do século XX, na Belle Époque, a arquitetura se deixou influenciar pela Art Nouveau. As construções da época eram sempre marcadas por muitas formas orgânicas, linhas curvilíneas e motivos naturais. A moda seguiu a mesma linguagem.

Depois da Primeira Guerra Mundial ocorreram várias mudanças econômicas, sociais e psicológicas. Na década de 20, as linhas sinuosas da Art Nouveau foram substituídas pela geometria da Art Déco, e influenciaram na arquitetura, moda e arte.

O estilista espanhol Cristóbal Balenciaga foi considerado o arquiteto da moda, pois soube fazer da arquitetura uma fonte de inspiração para propor roupas em perfeita sintonia com as proporções do corpo feminino. François Baudot afirmou que:

Balenciaga possuía “a maestria absoluta do corte, dominando uma ciência verdadeiramente tecnológica da indumentária e pesquisando incansavelmente a harmonia perfeita entre silhueta, proporções e postura, a arte de Balenciaga se aproxima muito da arquitetura” (BAUDOT, 2000 p. 154-158).

A influência da arquitetura de Gaudí nos modelos da Belle Époque fica evidenciada nesses modelos expostos abaixo, na Figura 21.

Figura 21 - Casa Milà de Antôni Gaudí – Espanha. (1907) e modelos inspirados na Casa Milà.



Fonte: A influência da arquitetura na moda portuguesa, 2017.

Na conexão entre arquitetura e moda, onde há de se combinar elementos de estrutura, forma e desenho, não é incomum profissionais de sucesso que transitaram entre as duas áreas. Gianni Versace, Pierre Cardin, Pierre Balmain e Mary Katranzou iniciaram estudos em arquitetura e depois foram para a moda. Virgil Abloh, Siki Im, Carlos Garcavelez e Tom Ford são arquitetos formados e alguns até chegaram a atuar na área. Zaha Hadid também já colaborou com as grifes Louis Vuitton, Lacoste, Fendi e até Melissa.

Figura 22 - Louis Vuitton Icone Bag x Zaha Hadid - 2006.



Fonte: <https://www.vogue.fr/fashion/fashion-inspiration/story/en-zaha-hadid-collaboration-architecture-lacoste-vuitton-fendi/423>, 2017.

Coco Chanel dizia que “Moda é arquitetura: sendo uma questão de proporção”. Fazendo clara referência dos seus tailleurs com a Ville Savoye de Le Corbusier (1887-1965). Nos séculos passados, diversos movimentos estreitaram ainda mais a parceria entre esses dois mundos. Não é difícil relacionar as linhas de Chanel com a arquitetura de Le Corbusier e da Bauhaus.

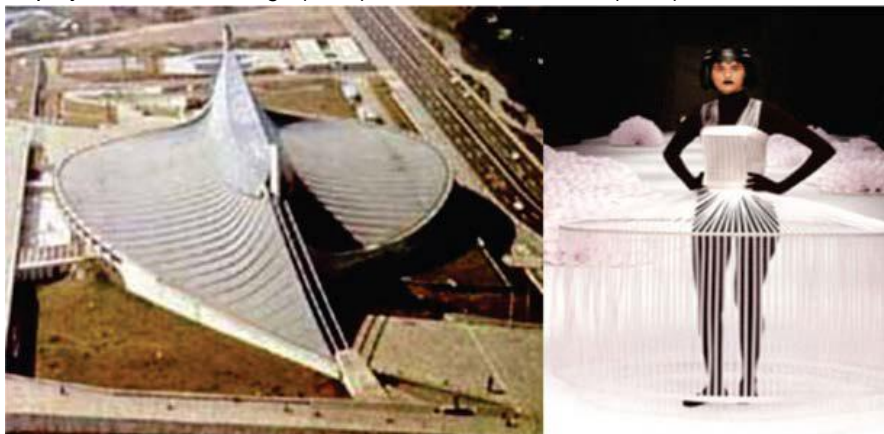
Figura 23 - Tailleur Chanel (final da década de 1920) e Ville Savoye de Le Corbusier. Ano 1928.



Fonte: A sinergia entre moda, arquitetura e arte. 2014.

A Coleção de 2014, “A costura do invisível”, do estilista Jum Nakao em que a saia do vestido de uma modelo, devido a sua solução estrutural, remete a Coberta do Ginásio e Piscina da Arena Olímpica em Tóquio, projeto do arquiteto japonês Kenzo Tange, quando ambas as artes – saia e cobertas - apresentam conceitos estruturais semelhantes, como demonstra a Figura 10.

Figura 24 - Coberta do Ginásio e da Piscina da Arena Olímpica de Tóquio, projeto de Kenzo Tange (1968) e Saia de Jum Nakao (2004).



Fonte: <https://forademoda.wordpress.com/2008/02/08/relacoes-entre-moda-arquitetura-e-estrutura/>

As obras de Riyadh e Frank Gehry serviram de inspiração para as roupas criadas por Issey Miyake e John Galliano, assim como, as linhas, texturas e combinações de cores que remetem ao conceito de cada projeto, como representado nas figuras 25 e 26.

Figura 25 - Vestido Myake e Estádio de Riyadh



Fonte: <https://forademoda.wordpress.com/2008/02/08/relacoes-entre-moda-arquitetura-e-estrutura/>

Figura 26 - Vestido John Galliano e Museu Guggenheim



Fonte: <https://forademoda.wordpress.com/2008/02/08/relacoes-entre-moda-arquitetura-e-estrutura/>

A estrutura do próprio tecido plissado e tecnológico de Miyake corresponde a um material que garante a construção de uma geometria que permaneça estável com os volumes criados. A volumetria de arestas e mudanças de direção é viabilizada por cabos ou costuras, elementos que dão tração à vestimenta.

Já na roupa de John Galliano o que sobressai são a textura, o brilho e as formas da gola que se assemelham ao Guggenheim Museu de Bilbao, obra realizada para colaborar com a revitalização da cidade, com projeto de Frank Gehry um dos arquitetos considerados mais notáveis do mundo.

Tadao Ando, com o seu projeto para loja da Prada em Tóquio conforme demonstra a figura 27, concebe um edifício com as formas semelhantes ao capitonê que foi uma técnica muito utilizada no mobiliário na era vitoriana.



. Figura 27 – Loja Prada em Tóquio por Tadao Ando e o Capitonê

Fonte: <https://fashionismo.wordpress.com/2008/06/10/arquitetura-moda/>

Entre as duas áreas existem muitas semelhanças, todavia a principal convergência é que ambas tem como princípio primeiro o de abrigar o indivíduo, pois tanto a casa como a roupa possuem significações psicológicas do caráter de abrigo protetor. Tanto a moda como a arquitetura são o efeito colateral das transformações, costumes e comportamentos de uma sociedade.

2.3 Arquitetura cenográfica em desfiles

Cenografia é uma composição em espaço tridimensional que se define como o lugar teatral e designa o lugar teatral como o lugar onde se estabelece a relação cena/público, utilizando elementos como cor, luz e som.

Rodrigues (2008) define a cenografia como uma manifestação espacial que se encontra no meio do caminho entre a arquitetura e a arte, e Cohen (2007) completa ao dizer que a cenografia, como qualquer atividade artística, exprime um conjunto de ideias e emoções relativas ou pessoais.

Cohen (2007) afirma que, outros tipos de comunicação associados ao marketing comercial tornam-se mais evidentes no cotidiano ao se apropriarem da linguagem cenográfica para vender suas ideias, assim como se expandem, cada vez mais, para os estandes, desfiles de moda, vitrines, eventos e festas.

Os desfiles de moda surgiram no início do século XX, quando estilistas apresentavam suas coleções nas próprias maisons ou em lugares públicos. Desde o início, os desfiles de moda se basearam em narrativas. Em 1911, por exemplo, influenciado pela cenografia do balé russo, o estilista francês Paul Poiret apresentou um desfile no qual toda a cenografia remontava ao Oriente mítico.

Como afirmado pelo estilista Raf Simons, a moda se tornou pop. Por isso, hoje as marcas se preocupam em construir espetáculos que repercutam entre as pessoas, nas redes sociais e nos blogs especializados.

Inscrita como atividade econômica no mercado de bens de consumo, a moda se utiliza das estratégias da linguagem cenográfica para implementar sua operação de vendas, no sentido de fazer chegar seus produtos até o consumidor final.

À parte das qualidades técnicas como a manufatura de boa qualidade ou a tecnologia dos materiais empregados, a moda na sociedade contemporânea é, antes de tudo, um conceito, é um estado de espírito, uma

atitude, pois envolve o público pelo que tem de arrojado e moderno, e vende pelo que tem de sedutor, com a promessa de múltiplas personas que oferece, como um legítimo objeto do desejo.

Estas são características absolutamente subjetivas que ganham concretude no momento do desfile, ao serem comunicadas para uma plateia. Ao adentrar numa sala de desfile o público é convidado a 'deixar' o cotidiano e 'ingressar' em um novo espaço, um mundo utópico, repleto de ineditismo e pronto a oferecer experiências extraordinárias.

A Chanel é uma das grifes que mais investem em cenários quando lançam uma nova coleção. A concepção é sempre incrível e o olhar de Karl Lagerfeld, diretor criativo da maison de 1982 a 2019, que também era ilustrador e fotógrafo, com certeza influenciavam para um trabalho primoroso. Geralmente Karl convida diferentes profissionais para trabalhar com ele na cenografia, como foi o caso do convite à arquiteta iraniana Zaha Hadid para compor o cenário da coleção verão 2011 inspirada no fundo do mar.

Figura 28 – Desfile da Chanel na semana de moda de Paris, 2011.



Fonte: ArchDaily, 2011.

Outras grife que costuma convidar arquitetos para prôpor cenários é a Prada. Miuccia Prada, a chefe criativa da marca italiana de luxo, e Rem Koolhaas, grande nome da arquitetura holandesa e o fundador da OMA, têm colaborado por quase 20 anos.

Como Koolhaas lembra, seu trabalho juntos começou quando Prada

e seu marido Patrizio Bertelli (CEO da Prada) apareceram em seu escritório, quase sem avisar, e "simplesmente sentaram e declararam que não gostavam mais de suas lojas".

Koolhaas é um forte defensor da disciplina da moda, dizendo que não há nada de frívolo nisso.

"Arquitetura é uma profissão muito antiquada que na verdade cria uma série infinita de protótipos de coisas que nunca se repetem. Estamos todos trabalhando, gastando tempo e, de certa forma, perdendo nosso tempo, criando condições únicas", diz ele.

"A beleza da moda, ao contrário, é isso. Você faz algo sublime. Se der certo, você repete e se torna uma espécie de modelo que se reproduz infinitamente. E esse aspecto da moda é, claro, profundamente impressionante e sério." (KOOLHAAS)

Os cenários da Prada são bem minimalistas e refletem bastante a linguagem da griffe. O trabalho é bastante focado na iluminação e em desníveis com o público mais alto ou mais baixo que os modelos.

Figura 29 – Coleção outono/inverno 2017 da Prada, OMA/AMO 2017



Fonte: ArchDaily, 2017.

Em 2021 Virgil Abloh apresentou sua mais recente coleção para a Louis Vuitton como uma performance artística multidisciplinar expressa em poesia, dança e música, capturada entre Paris e uma vila nas montanhas suíças.

Neste cenário para vestir as roupas da coleção Louis Vuitton

Outono/Inverno 2021 estavam os arquétipos da identidade humana que Abloh identifica no artista, no vendedor, no arquiteto e no vagabundo. No pano de fundo há um precioso mármore verde em cujas veias é impossível não notar a clara referência a Mies van der Rohe. Embora muito semelhante aos mármorees verdes dos Alpes de Val d'Aosta e das pedreiras de Tros na Grécia presentes no Pavilhão de Barcelona, o mármore em questão é a reprodução perfeita daquele da *Neue Nationalgalerie*, a Galeria Nacional de Arte de Berlim.

O estúdio multicriativo e multidisciplinar PLAYLAB INC. foi responsável pelo projeto. Sem “nenhum foco particular”, a prática do estúdio se recusa a ser categorizada, inovando ideias e experiências nos campos da arte, arquitetura e design gráfico.

PLAYLAB é uma forma de pensar, é um “estúdio orientado para o processo”, explica Archie Lee Coates IV, cofundador e diretor. Este processo é baseado em pessoas, com foco na construção de relacionamentos com pessoas esperadas e inesperadas e embarcar em uma jornada juntos. Esta jornada é muitas vezes rumo ao desconhecido, pois a PLAYLAB busca novas experiências, coisas que eles nunca fizeram e a emoção de não saber que você pode fazer algo até que tenha feito. “Estamos escalando uma montanha, mas estamos apenas tentando chegar ao topo de uma montanha para ver onde estão as outras montanhas”, ri Archie. Esta visão, e resultados diversos resultantes, só é possível através do trabalho em equipe. O sucesso da PLAYLAB pode ser atribuído a uma mentalidade de grupo, com uma hierarquia relativamente plana, sem espaço para o ego e sem especialização necessária. A equipe de seis pessoas equilibra vários projetos ao mesmo tempo.

Figura 30 – Louis Vuitton Outono/Inverno 21. Playlab Inc. 2021.



Fonte: <https://br.louisvuitton.com/por-br/magazine/artigos/men-fall-winter-2021-show-paris#scenography>

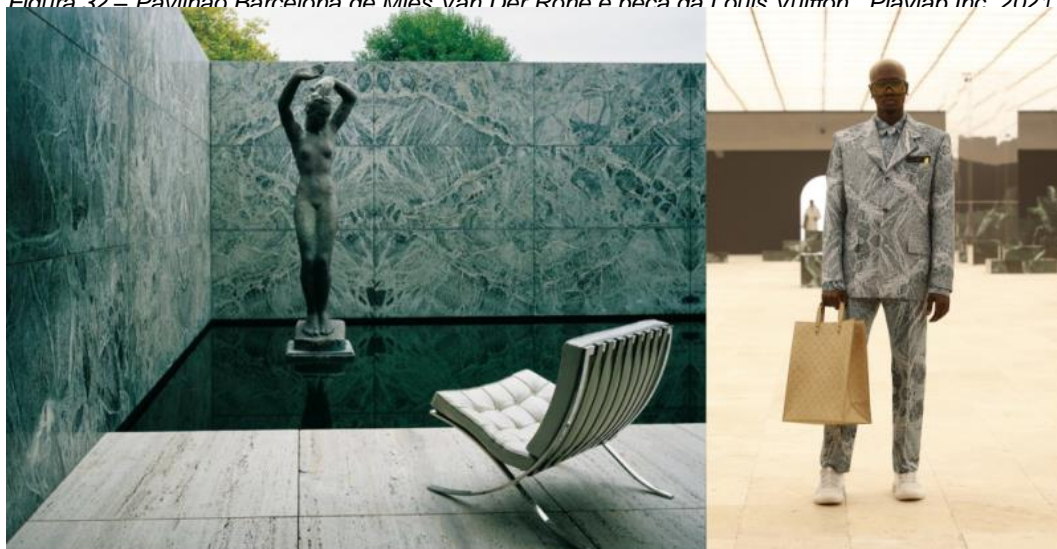
Figura 31 - Louis Vuitton Outono/Inverno 21. Playlab Inc. 2021



Fonte: <https://br.louisvuitton.com/por-br/magazine/artigos/men-fall-winter-2021-show-paris#scenography>

Virgil Abloh, também fundador da marca Off-White, foi influenciado pelo arquiteto alemão na sua estética e, apesar de ser engenheiro de formação, decidiu aperfeiçoar os estudos com o mestrado em Architecture 'Illinois Institute of Technology, em cujo campus fica o Crown Hall, um dos edifícios de Mies van der Rohe. Assim, na sua homenagem muito pessoal, a obra do Mestre do Moderno encontra-se no desfile nos pilares cruciformes e na Poltrona Barcelona, aqui na sua versão em pele branca, única peça de mobiliário presente no cenografia inteira.

Figura 32 – Pavilhão Barcelona de Mies Van Der Rohe e peça da Louis Vuitton Playlab Inc. 2021



Fonte: https://www.irenebrination.com/irenebrination_notes_on_a/2021/01/lv-maw-21.html.

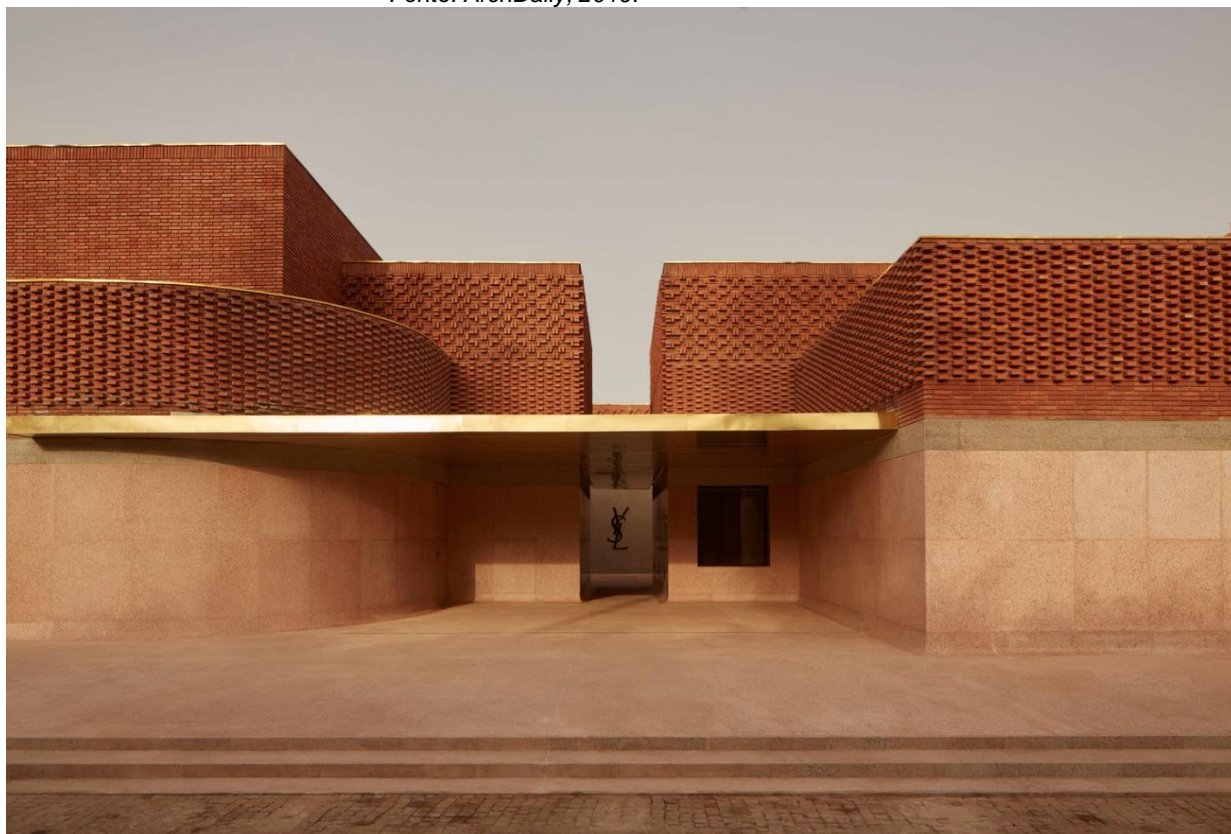
3 ESTUDOS DE CASO

3.1 Museu Yves Saint Laurent Marrakech – Marrakesh (Marrocos)

Dedicado ao trabalho do estilista francês, o Museu Yves Saint Laurent Marrakech (mYSLm) abriu suas portas no outono de 2017. Abriga uma importante seleção da Fondation Pierre Bergé – uma coleção impressionante da Yves Saint Laurent, que inclui 5.000 itens de vestuário, 15.000 acessórios de alta costura, além de dezenas de milhares de esboços e objetos variados.

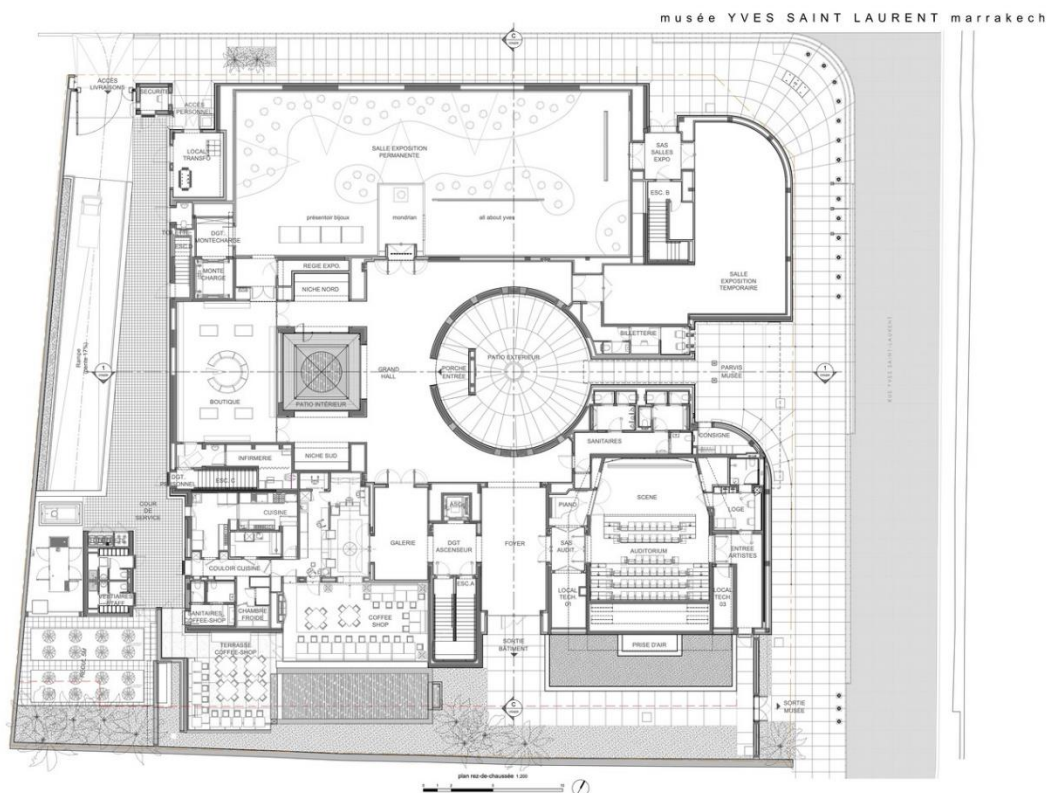
Figura 33 - Museu Yves Saint Laurent Marrakech

Fonte: ArchDaily, 2019.



Este edifício, projetado pelo escritório de arquitetura francês STUDIO KO, está situado na Rue Yves Saint Laurent, adjacente ao famoso Jardim Majorelle. O edifício ocupa mais de 4.000 m² e é mais do que apenas um museu. Possui um espaço de exposição permanente de 400 m², mostrando o trabalho de Yves Saint Laurent em uma cenografia original projetada por Christophe Martin; espaço para exposições temporárias de 150 m², auditório com 130 lugares, livraria, café-restaurante com terraço e biblioteca de pesquisa com 5.000 livros, de acordo com as informações do ArchDaily.

Figura 34 - Planta Baixa - Museu Yves Saint Laurent Marrakech



Fonte: ArchDaily, 2019.

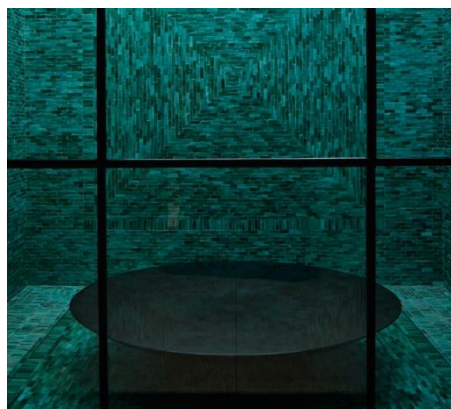
Construído em terracota, concreto e terrazzo de cor terrosa com fragmentos de pedra marroquina, o edifício combina harmoniosamente com o ambiente. Os tijolos de terracota que embelezam a fachada são feitos de terra marroquina e produzidos por um fornecedor local. O terrazzo usado para o piso e a fachada é feito com uma combinação de pedra e mármore local. Do lado de fora, o edifício é composto de formas cúbicas adornadas com tijolos que criam um padrão semelhante a fios de tecido. O interior é marcadamente diferente, como o forro de uma jaqueta de alta costura: luminosa, aveludada e suave. (ARCHDAILY, 2019)

Figura 35 - Museu Yves Saint Laurent Marrakech



Fonte: ArchDaily, 2019.

Figura 36 - Museu Yves Saint Laurent Marrakech



Fonte: ArchDaily, 2019.

Métodos excepcionalmente precisos para conservar tecidos foram implementados pela Fondation Pierre Bergé – Yves Saint Laurent, que trabalha há mais de uma década no arquivamento do trabalho do falecido designer. Em colaboração com a X-Art, especialistas em conservação preventiva, o museu de Marrakech possui um sistema de ar condicionado completo com controle de temperatura e umidade para garantir que cada item, seja um vestido de alta costura da coleção em exposição ou um livro raro nos arquivos do porão, permaneça preservado em perfeitas condições.

A acústica de ponta do auditório foi projetada pelos arquitetos em colaboração com o Theatre Projects Consultant. Isso permite a programação de shows, exibições de filmes e conferências em um espaço separado e com tratamento e isolamento sonoro. Após um estudo aprofundado, os engenheiros de iluminação I.C.O.N instalaram a iluminação dos espaços externos ao redor do museu, do interior do museu e a iluminação ambiente do espaço de exibição. (ARCHDAILY, 2019).

Figura 37 – Corte Humanizado - Museu Yves Saint Laurent Marrakech



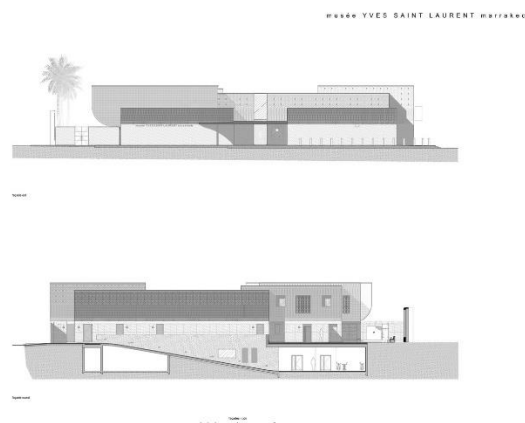
Fonte: ArchDaily, 2019.

Figura 38 – Corte Humanizado do auditório



Fonte: ArchDaily, 2019.

Figura 39 – Fachadas



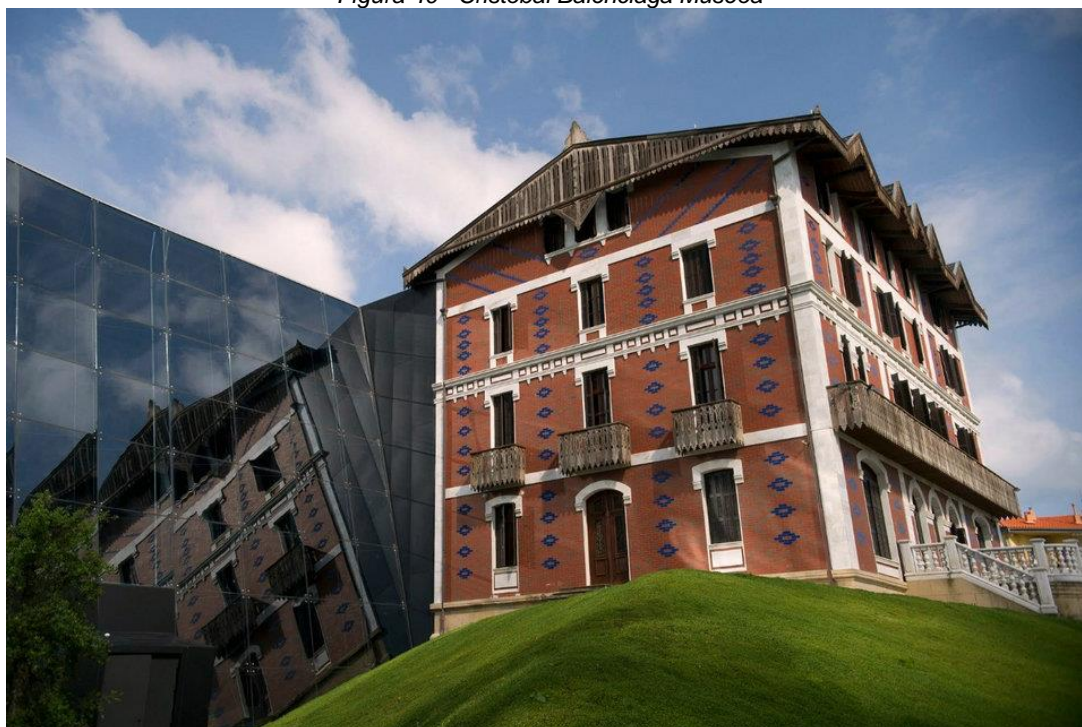
Fonte: ArchDaily, 2019.

3.2 CRISTÓBAL BALENCIAGA MUSEOA – Getaria (Espanha)

O Cristóbal Balenciaga Museoa é uma instituição pública dedicada a estudar e manter viva a memória do estilista Cristóbal Balenciaga. Está localizado em sua cidade natal, Getaria (Espanha) e foi inaugurado em junho de 2011, tornando-se o primeiro grande museu do mundo dedicado exclusivamente ao estilista. Criado sob a tutela da Fundação Cristóbal Balenciaga, a sua missão é divulgar e destacar a importância da figura e obra deste designer brilhante na criação artística em geral e no mundo da moda e da alta costura em particular.

O edifício abriga uma das mais relevantes coleções de criações de Cristóbal Balenciaga em nível internacional, tanto pelo número e qualidade dos itens incluídos quanto pelo período que cobrem. Além de exibir, em rodízio, uma seleção representativa de suas coleções, há exposições temporárias ligadas a moda, atividades educativas e de lazer.

Figura 40– Cristóbal Balenciaga Museoa



Fonte: <https://www.hisour.com/pt/cristobal-balenciaga-museum-getaria-spain-44774/>, 2014.

Em 1994 foi criada a Fundação Balenciaga, cujo principal projeto era abrir um museu no berço do famoso designer. Para isso, foi escolhido o Palácio Aldamar, um edifício do século XIX cujos donos haviam apoiado a jovem Balenciaga. Anexado à mansão, um prédio com uma linha moderna seria erguido, com o vidro como material principal.

O museu deveria abrir no início de 2003, mas sua preparação foi afetada por várias irregularidades. Segundo várias fontes, o novo prédio foi projetado por um arquiteto cubano que carecia de homologação para trabalhar na Espanha; além disso, as salas de exposição eram inadequadas para as peças de roupa, uma vez que a luz intensa que entrava pelas janelas ameaçava deteriorar os tecidos.

O Ministério da Cultura decidiu retirar os subsídios em 2005. Dois anos depois, decidiu-se desbloquear esta situação esclarecimentos dos fatos. O novo edifício foi adaptado museologicamente para garantir a preservação das peças expostas.

O projeto foi retomado pelo escritório de arquitetura espanhol AV62. Logo notaram que não se tratava apenas de adequar um edifício novo e acabado, mas também de resolver os fechamentos, acabamentos, interiores e fachadas que não foram resolvidos na fase arquitetônica anterior.

O novo prédio teria que interagir tanto com a coleção (Balenciaga) como com o lugar (Getaria), embora fosse bastante indiferente a ambos pelo seu tamanho, escala, pela sua forma e proposta de uso.

Foi pensado um espaço livre e amplo que se abre na ponta das escadas rolantes e que faz parte da rua e da cidade - o fechamento é trabalhado para que possa cumprir esta dupla função público-privada.

O percurso em torno do Palácio Aldamar procura manter os contornos do terreno, sem esquecer que há uma função paisagística a cumprir que deve ser coerente com o aspecto geral do empreendimento. Uma considerável praça foi planejada no local de acesso ao prédio do museu. Uma série de vinhas frondosas será plantada ao longo do muro de contenção lateral.

Figura 41- Acessos ao museu



Fonte: <https://www.hisour.com/pt/cristobal-balenciaga-museum-getaria-spain-44774/>, 2014.

A paisagem cênica ao redor do Palácio Aldamar é composta por amplas encostas. Essas áreas se alternam com zonas pavimentadas e encostas com paisagismo verde. Na encosta voltada para o Palácio serão plantadas árvores de grande porte com o objetivo de dar continuidade visual ao espaço arborizado que se encontra atualmente na encosta.

O projeto inicial propunha uma fachada inteiramente em vidro que funcionava muito mal com o caráter arquitetônico mais monumental do Palácio Aldamar. Duas ideias que, lado a lado, se opunham de tal forma que não só não se complementavam como se extinguíam por completo, criando uma relação incômoda entre dois edifícios que, nesta perspectiva, são praticamente do mesmo tamanho.

A proposta foi transformar a fachada em um elemento muito mais neutro, para que se torne virtualmente uma porta. Ainda que seja uma porta com um caráter bastante particular, cujo papel representativo é aparecer como uma dobra gigante que aos poucos nos permite entrar no universo sofisticado e qualificado da Balenciaga.

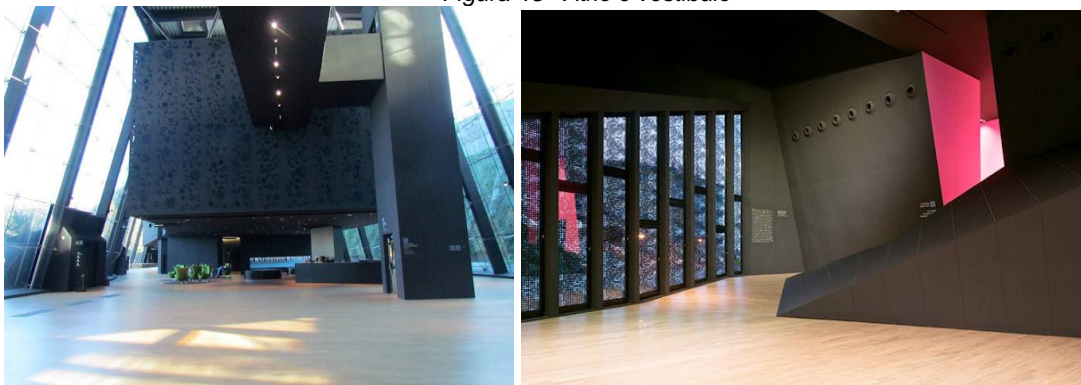
Figura 42– Antes e depois da fachada principal



Fonte: <http://www.av62arquitectos.com/en/projects/cristobal-balenciaga-museum-getaria-interior-designm-and-exhibition>

O vestíbulo é o espaço fundamental a partir do qual tudo flui em torno do início da construção. É um espaço complexo desde o seu início, sendo uma entrada virada para a frente totalmente orientada para a parte mais profunda do edifício, não deixando qualquer opção a todos os que entram, a não ser iniciar o percurso expositivo pelo Palácio Aldamar.

Figura 43– Átrio e vestíbulo



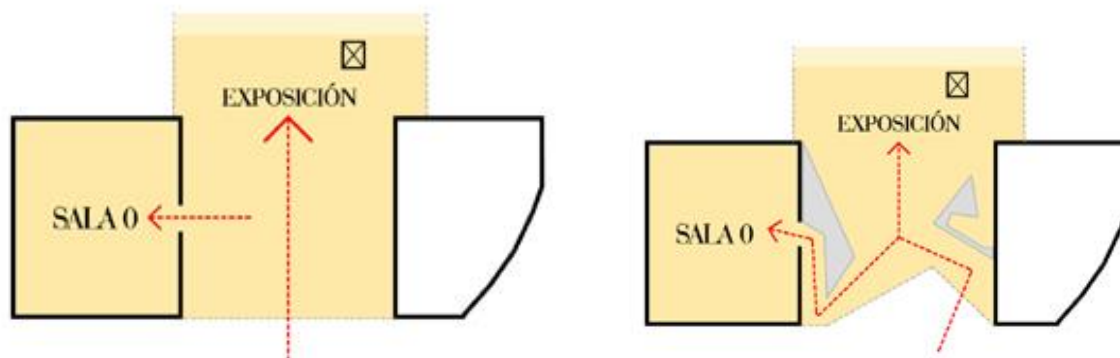
Fonte: <http://www.av62arquitectos.com/en/projects/cristobal-balenciaga-museum-getaria-interior-designm-and-exhibition>

O desejo de enfatizar esta segunda entrada faz com que tratemos intensamente a parede contígua inclinada, uma vez que marca o encontro do nosso edifício com o antigo. É como uma fenda que nos faz sentir a continuidade e mais além, unindo os três andares atrás desta grande muralha. A localização e a forma da mobília de recepção também enfatizam a qualidade necessariamente distorcida do espaço.

O acesso ao Palácio Aldamar resolve-se inclinando todo o pavimento do vestíbulo, para subir gradualmente em direção à fenda que nos permite entrar no Palácio. Uma espécie de funil de folhagem gigante nos impele e nos conduz pelo caminho plantado.

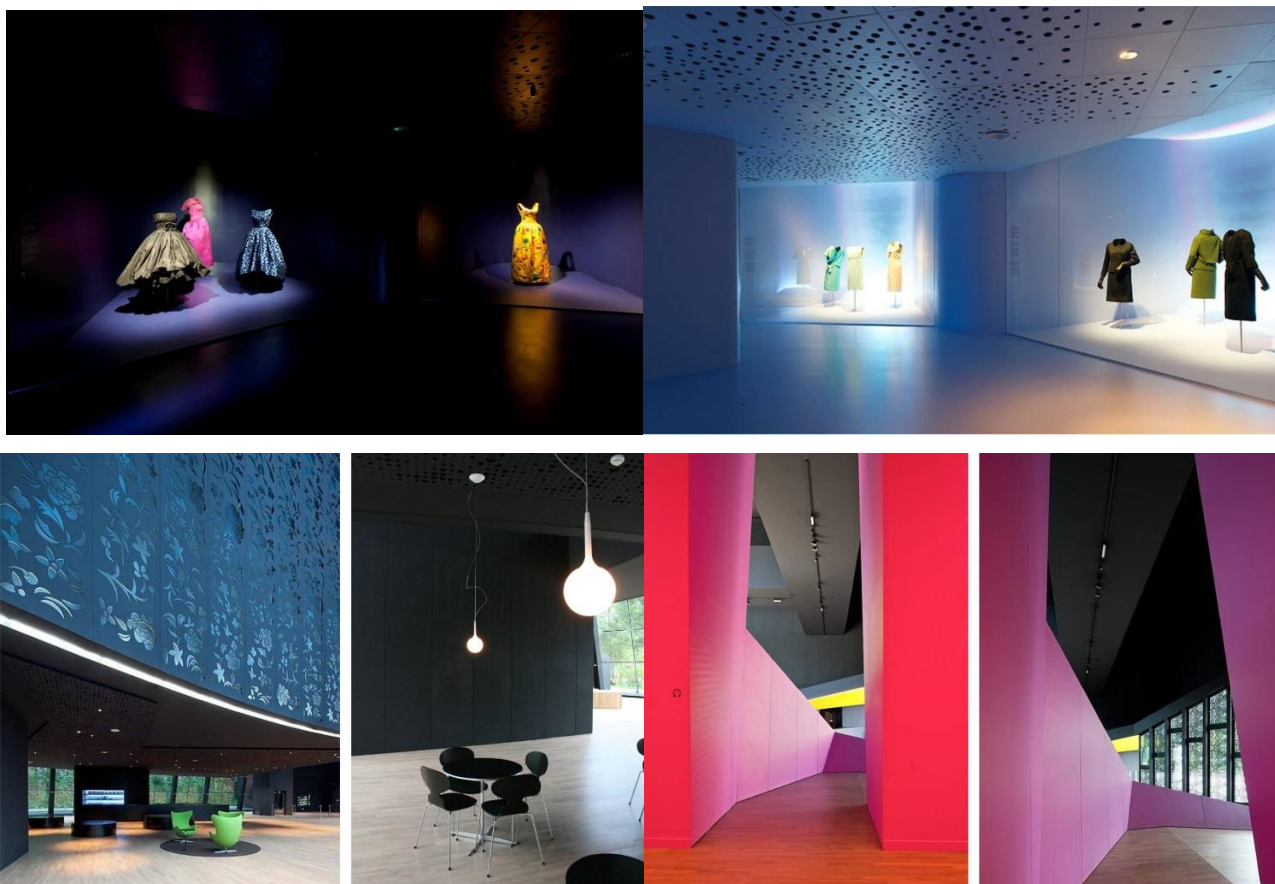
No projeto inicial, o átrio, este grande espaço, foi deixado completamente vazio. A este propósito foi dada uma função a cada um dos grandes blocos suspensos: uma loja, um espaço comum e o café.

Figura 44 – Mudança no acesso ao museu



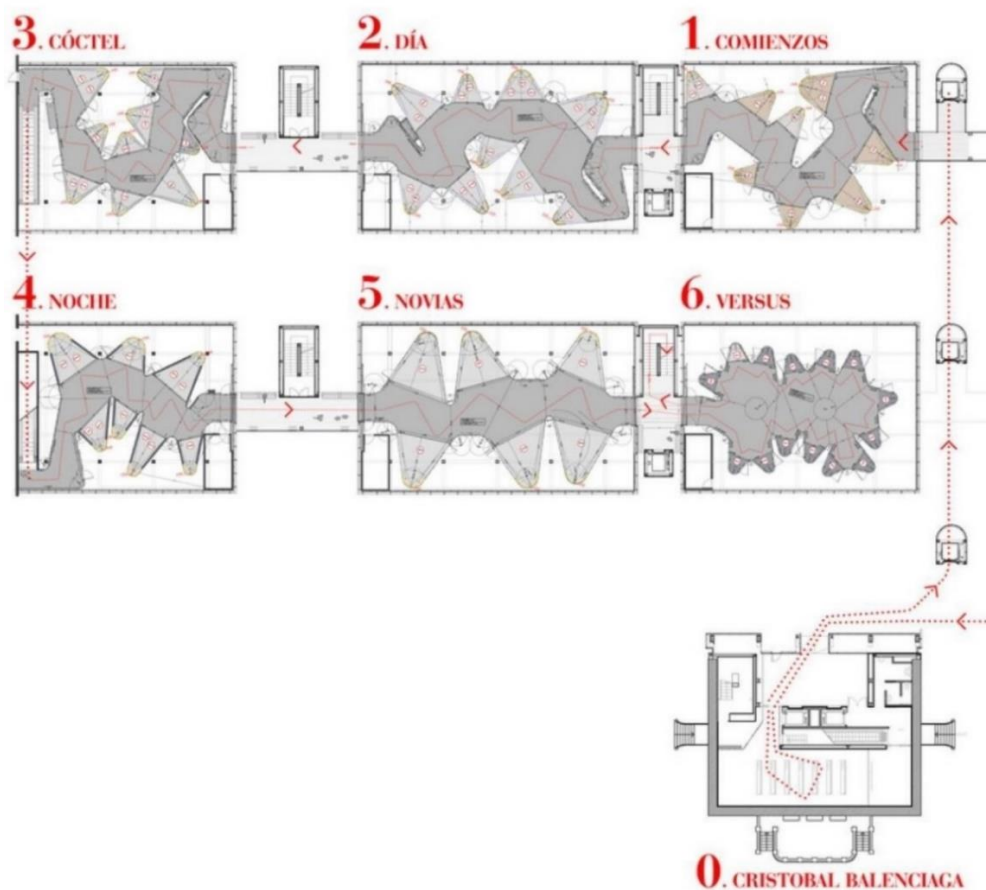
Fonte: <http://www.av62arquitectos.com/en/projects/cristobal-balenciaga-museum-getaria-interior-designm-and-exhibition>

Figura 45 – Interiores do museu e exposições



Fonte: <http://www.av62arquitectos.com/en/projects/cristobal-balenciaga-museum-getaria-interior-designm-and-exhibition>

Figura 32 – Esquema de acesso as exposições do museu



Fonte: <http://www.av62arquitectos.com/en/projects/cristobal-balenciaga-museum-getaria-interior-designm-and-exhibition>

3.3 Cenografia Utopia SPFW N47 – São Paulo (Brasil)

O projeto de cenografia do SPFW de edição número 47, desenvolvido pelo Estudio Guto Requena, é inspirado no conceito de Utopia. Um convite aos visitantes para refletirem sobre quais são as suas próprias utopias. Ocupando um antigo galpão industrial desativado, com cerca de 5.000m² e um pé direito de 16m, as duas salas de desfile situam-se nas laterais, cada uma com capacidade para cerca de 1.700 pessoas. Ao centro do espaço, foi criada uma praça, num gesto de design que possibilita o coletivo e o encontro entre os visitantes.

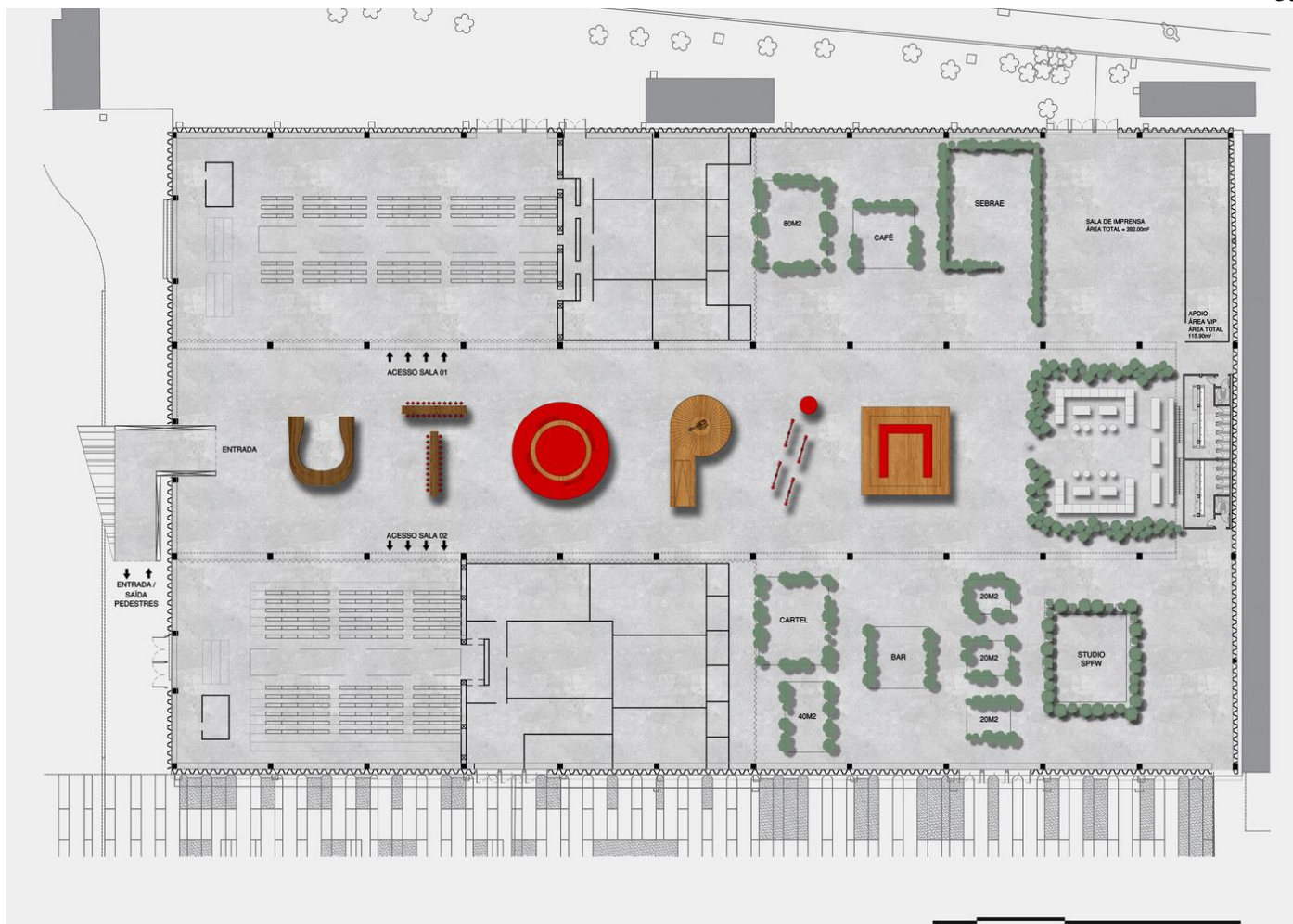
Figura 46 – Cenografia Utopia SPFW N47



Fonte: ArchDaily, 2019.

Essa praça é formada por seis mobiliários e cada um foi desenhado para diferentes funcionalidades, como sentar, assistir aos desfiles nos grandes telões que circundam a praça, tomar um drink no bar, buscar privacidade dentro de um pequeno jardim ou brincar nas gangorras. Os seis mobiliários funcionam como se fossem móveis urbanos e poderiam estar localizados em uma praça de grande metrópole. Vistos de cima, eles formam juntos a palavra UTOPIA. (ARCHDAILY, 2019)

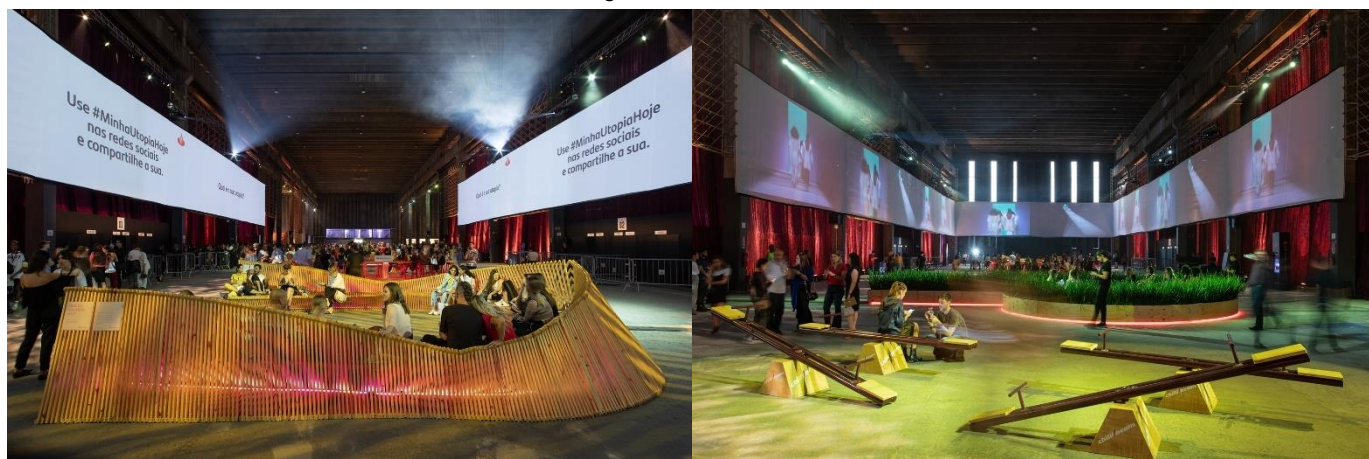
Figura 47- Planta baixa do ambiente



Fonte: ArchDaily, 2019.

Cada letra foi criada de modo que os visitantes sempre estejam de frente ou próximos uns dos outros, permitindo possíveis trocas e conversas. Logo na entrada, o primeiro mobiliário forma a letra “U”, todo feito em ripas de madeira, com sensores que reconhecem quando as pessoas sentam em grupos, acendendo luzes em seu interior que pulsam sinalizando visualmente as potencialidades desses encontros. (ARCHDAILY, 2019)

Figura 48- Mobiliário



Fonte: ArchDaily, 2019.

Um convite é feito para que os visitantes compartilhem as suas utopias nas redes sociais, usando a hashtag #MinhaUtopiaHoje. Estas respostas fizeram parte da própria cenografia, onde ficaram orbitando pelos telões aéreos no decorrer dos seis dias de evento, que funcionaram como uma visualização de dados alimentada em tempo real e de modo colaborativo.

Figura 49 – Mobiliário que forma a palavra UTOPIA



Fonte: ArchDaily, 2019.

3.4 Japan House – São Paulo (Brasil)

Desenvolvido pelo escritório de arquitetura FGMF em parceria com o escritório Kengo Kuma & Associates, a Japan House é um projeto oficial do ministério das relações internacionais do Japão para difundir a cultura japonesa para a comunidade internacional.

“O projeto é centrado na figura do Japão, do ponto de vista de identidade, mas também traz uma contribuição local, não só através da nossa força de trabalho, mas também através de elementos brasileiros que foram incorporados na arquitetura”, conta o arquiteto Lourenço Gimenes.

Figura 50– Vista da Japan House pela Av. Paulista



Fonte: ArchDaily, 2019.

Localizado na Avenida Paulista, o edifício que abriga a Japan House passou por uma reforma que incluiu uma série de intervenções, inclusive estruturais, para permitir a instalação de elevadores, escadas, reforços estruturais, vãos, entre outros.

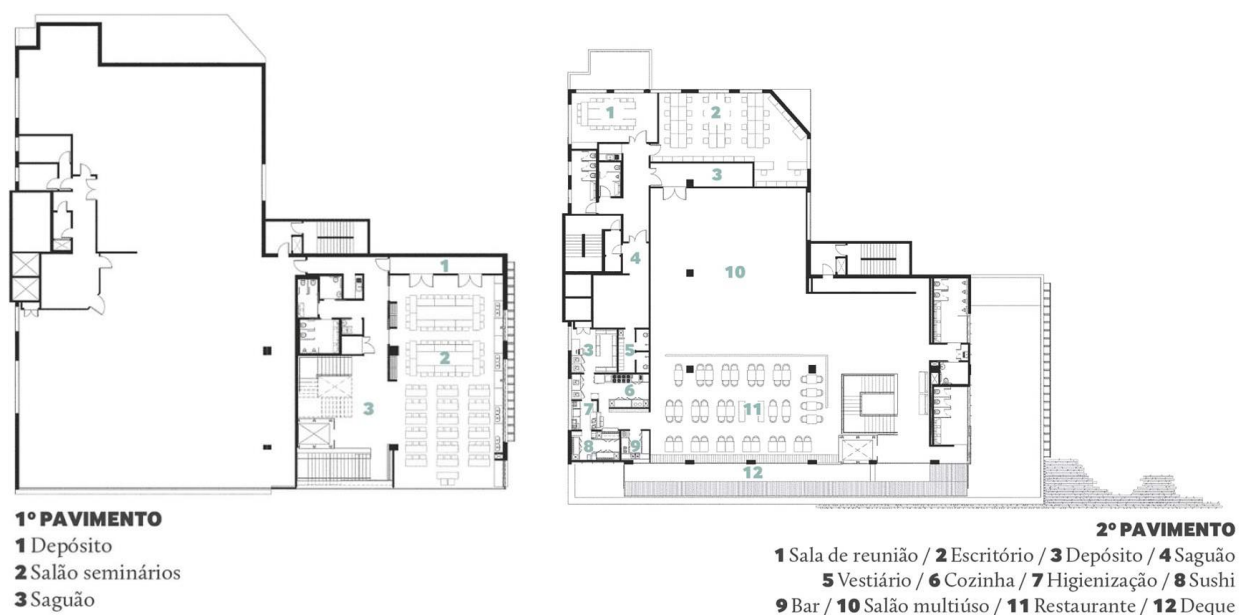
“Estruturalmente falando, as maiores intervenções foram a instalação da caixa de escada e elevadores. Tivemos aí um grande trabalho de reforços estruturais, de cortes de elementos para o edifício de concreto armado, que já tem décadas de existência. Nossa premissa foi entender como era a estrutura existente”, explica Gimenes.

Figura 51 – Planta da Japan House



Fonte: <https://blogdaarquitectura.com/conheca-as-particularidades-da-japan-house-de-sao-paulo-projeto-do-famoso-kengo-kuma/>.

Figura 52 – Plantas da Japan House



Fonte: <https://blogdaarquitectura.com/conheca-as-particularidades-da-japan-house-de-sao-paulo-projeto-do-famoso-kengo-kuma/>.

A fachada é feita de cipreste *Kiso hinoki* apoiado por fibra de carbono, que foram montados para expressar uma floresta que surgiu na cidade grande. O material principal no interior é a malha metálica em estilo washi - um metal de alumínio expandido recoberto em papel liquefeito. Para sua realização, os arquitetos convidaram o artesão japonês Kobaia Shisan, que veio para o Brasil para treinar pessoas que pudessem realizar a técnica.

Trata-se de algo extremamente artesanal e que funciona como divisão de ambientes, a exemplo de um biombo. A combinação do material tradicional e do novo ajudou a criar um espaço moderno e transparente que poderia transmitir um novo estilo japonês.

Um dos desafios do projeto foi garantir conforto térmico à edificação, uma vez que a Japan House receberá exposições, aulas, palestras, entre outros eventos. Para tanto, os arquitetos estudaram qual fachada deveria ser protegida da insolação e ventilação e qual deveria ser aberta.

Os profissionais se preocuparam em buscar o máximo possível de iluminação natural, sendo permitida a entrada de luz do dia mesmo nos locais em que foi colocada proteção contra a insolação, e também garantir conforto térmico à edificação, uma vez que a Japan House receberá exposições, aulas, palestras, entre outros eventos. Para tanto, os arquitetos estudaram qual fachada deveria ser protegida da insolação e ventilação e qual deveria ser aberta.

O projeto também contou com consultoria acústica, sobretudo para garantir desempenho adequado às áreas específicas de cursos e treinamentos.

O programa foi dividido de forma muito fluida, sendo que poucas áreas foram pré-definidas, como a administração, a biblioteca, a loja e o restaurante. Os demais ambientes são bastante flexíveis.

A administração (assim como o restaurante) fica no segundo andar, mas no fundo do pavimento, escondida do público. Já no primeiro pavimento estão os ateliês multiúso, que são salas com uma divisão bastante flexível, criadas para receber palestras, treinamentos e cursos relacionados à cultura japonesa.

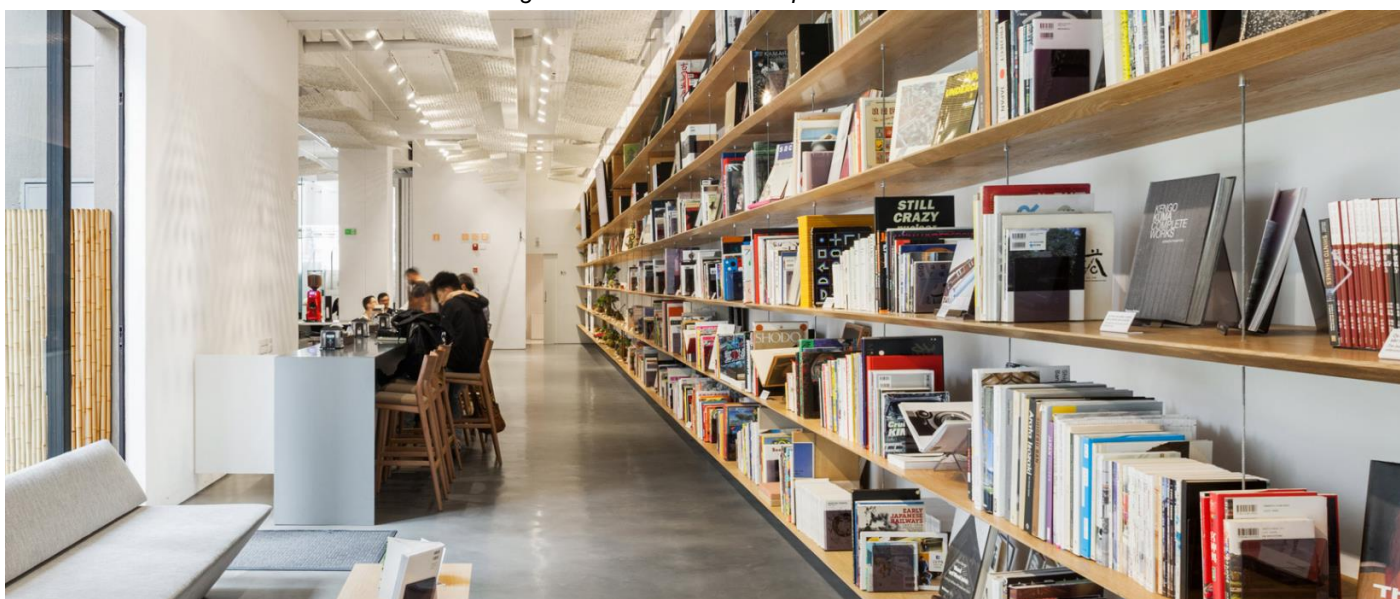
No térreo ficam os ambientes de exposição e o café, que são abertos para a rua. Neste local, grandes portas se abrem para uma pequena praça que é quase uma continuação da praça Osvaldo Cruz e, também, uma continuação da calçada. Quando as portas da Japan House se abrem, esse espaço permite uma integração quase que absoluta dos ambientes internos e externos. “A proposta do projeto é que ele permita essa flexibilidade de programas”, conta Gimenes.

Figura 53 – Interiores da Japan House



Fonte: <http://fgmf.com.br/portfolio-item/japan-house/>

Figura 54 – Interiores da Japan House



Fonte: <http://fgmf.com.br/portfolio-item/japan-house/>

QUADRO 1 – PRINCIPAIS PONTOS POSITIVOS

NOME DO EDIFÍCIO	PRINCIPAIS PONTOS POSITIVOS
<p>MUSEU YVES SAINT LAURENT MARRAKECH</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Forma e materiais usados harmonizam com o entorno e ambiente; • Amplo espaço para mais de 20000 itens; • Valorização da cultura local através da biblioteca com diversos itens relacionados ao povo árabe e berbere; • Sistema de conforto térmico para garantir a longevidade dos itens expostos;
<p>CRISTÓBAL BALENCIAGA MUSEOA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conciliamento do Palácio de Aldamar, o novo edifício e o entorno de Getaria, deixando o destaque arquitetônico para o palácio; • Divisão e forma dos interiores que forcem um percurso ao visitante;
<p>CENOGRAFIA UTOPIA SPFW N47</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Uso dos mobiliários para definir o ambiente e transmitir a mensagem desejada; • Partido de estimular a socialização dos visitantes; • Uso das tecnologia das redes sociais na construção da cenografia;
<p>JAPAN HOUSE</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fluidez do projeto com poucos ambientes pré-definidos e bastante flexibilidade; • Forte identidade japonesa, mas com clara colaboração da arquitetura brasileira; • Integração de ambientes externos e internos; • Uso de elementos vazados na fachada e nos interiores; • Sensação de aconchego na biblioteca e café com vista para o jardim de areia;

Fonte: Autoral, 2021.

4 DIAGNÓSTICO DO LOCAL

Neste capítulo serão discutidas as questões pertinentes ao lote onde será implantado o Museu da Moda de Palmas. Serão apresentados mapas temáticos em diferentes escalas, que demonstram a localização do lote, qualidades observadas para a escolha dele e as diversas maneiras que essas qualidades irão impactar na concepção do projeto arquitetônico.

4.1 Localização do Lote e Análises Urbanas

Um museu necessita estar em um local centralizado na cidade, para que tanto a população local, quanto turistas, tenham fácil acesso ao edifício. Também devido a ser uma área que conta com vários equipamento urbanos próximos, decidiu-se pelo seguinte sítio.

O terreno escolhido está localizado na quadra ACSU-SE 10 (antiga 102 Sul), no lote 10 do conjunto 01, totalizando uma área de 1.925m². O lote escolhido faz divisa sul com o lote 09, norte com a Avenida LO-01, leste com a Rua NS-B e oeste com a Avenida Teotônio Segurado. O acesso através do transporte público e demais veículos terrestres ocorre pela Avenida Teotônio Segurado, bem como os pedestres também podem acessar o edifício Avenida LO-01 e Rua NS-B.

A Avenida Teotônio Segurado é a principal avenida da capital tocantinense, atravessando a cidade de norte a sul e ligando Taquaralto, os Jardins Aurenys, Plano Diretor Sul e Plano Diretor Norte.

Figura 55 - Fotos do lote escolhido



Fonte: Autoral, 2021.

A mais importante avenida de Palmas só é interrompida pela Praça dos

Girassóis, vizinha do local escolhido para o museu, onde também está o Memorial Coluna Prestes, Palácio do Araguaia, Praça Krahô, a Catedral Metropolitana de Palmas e o Centro Geodésico do Brasil(Rosa dos Ventos).

A Praça dos Girassóis também tem um alto fluxo administrativo, devido aos diversos órgãos públicos e é rodeada por variados comércios, incluindo o Palmas Shopping.

Os acessos a quadra ACSU-SE 10 se dão predominantemente pelo exterior, através das avenidas Teotônio Segurado, LO-01, NS-02 e LO-03. Há somente dois acessos secundários pela Rua NS-B onde não há grande fluxo de veículos e pedestres. O museu terá as principais fachadas para duas grandes avenidas e a principal praça da cidade, o que aumentará o fluxo de visitantes. A área também dispõe de bolsões de estacionamento na Avenida Teotônio Segurado.

O lote escolhido possui as seguintes dimensões: 35 metros confrontantes a Avenida Segurado, 55 metros confrontantes a Avenida LO-01, 35 metros confrontantes a Rua NS-B e 55 metros confrontantes ao lote, totalizando 1925m² de área.

Figura 56 - Mapa 01: Equipamentos urbanos



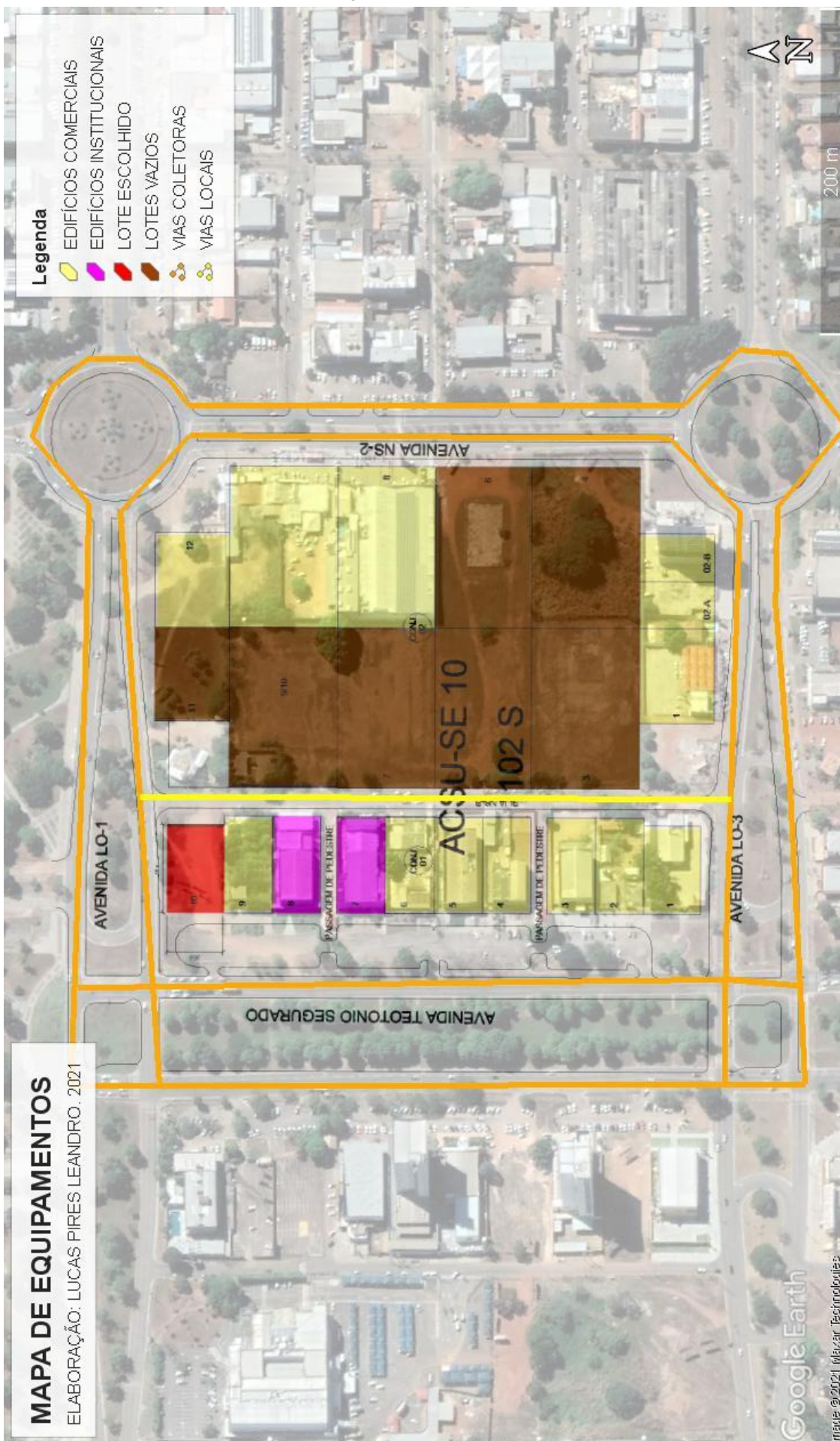
Fonte: Google Earth, alterado pelo autor, 2021.

Figura 57 - Mapa 02: Infraestrutura urbana



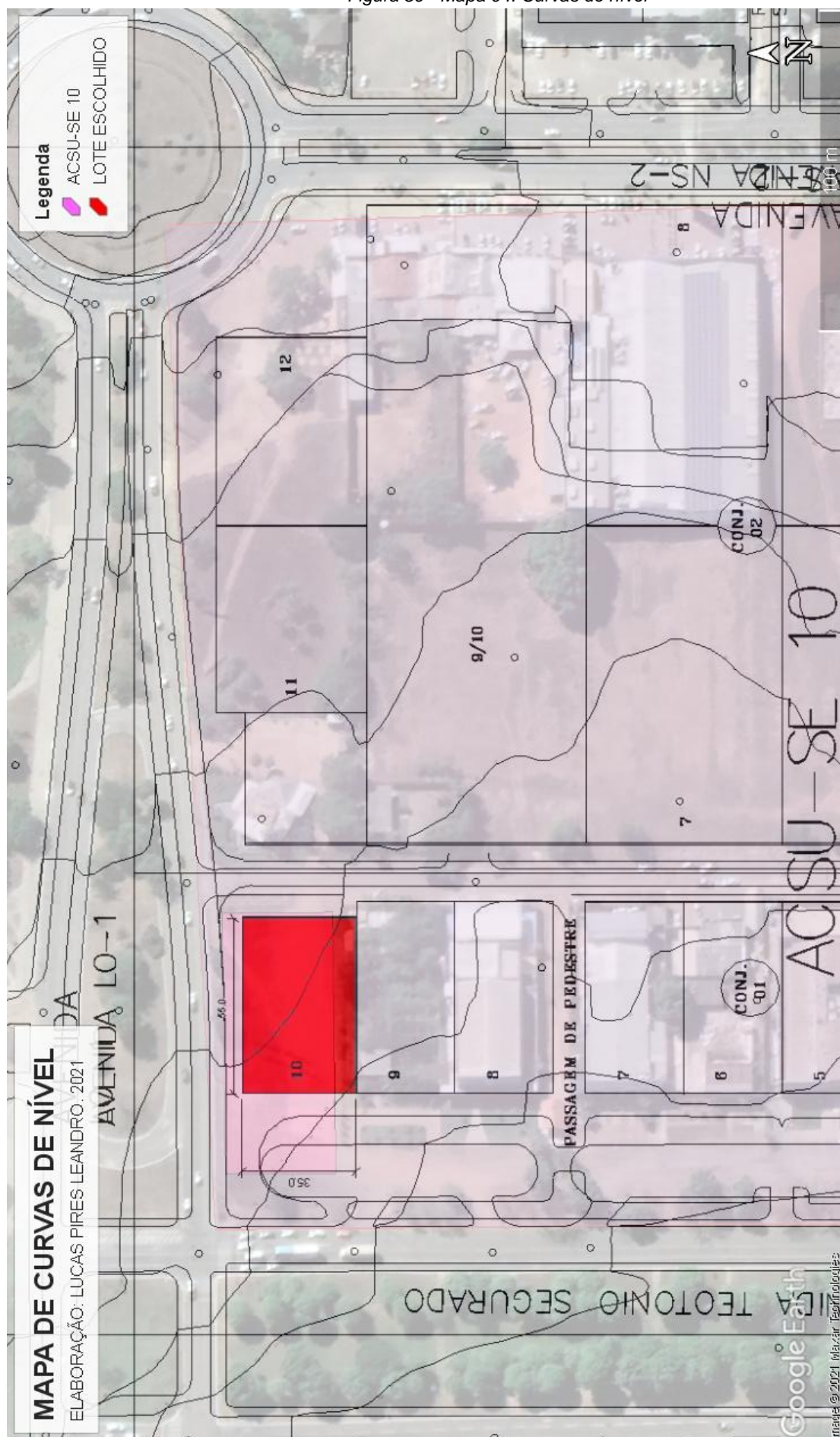
Fonte: Google Earth, alterado pelo autor, 2021.

Figura 58 - Mapa 03: Uso do Solo



Fonte: Google Earth, alterado pelo autor, 2021.

Figura 59 - Mapa 04: Curvas de nível



Fonte: Google Earth, alterado pelo autor, 2021.

Conforme o Mapa 04, apresentado acima, o terreno possui uma declividade tênue, com pouca inclinação e uma topografia bastante plana e pouca vegetação, não sendo necessário movimentação de terra para implantação da edificação.

Após a análise do entorno da quadra em que o lote se situa, pode-se observar que o espaço do museu terá uma boa localização com relação à facilidade de acesso, mesmo para pessoas com dificuldades de locomoção, tendo em vista o atendimento da região por diversas linhas de transporte público. A quadra está inserida na região central de Palmas, ao lado da principal praça da cidade e próxima a vários tipos de comércio.

4.2 Legislação

Segundo a Lei Complementar nº 305/2014, que dispõe sobre o código de ética e posturas e obras da cidade de Palmas – TO. No capítulo III, seção II do Código Municipal de Obras (vide), a partir do artigo 210, diz que:

Art. 210. Os edifícios para locais de reunião de fins culturais destinam-se às seguintes atividades:

- I - cinemas;
- II - auditórios e salas de concertos;
- III - bibliotecas, discotecas, cinematecas;
- IV - museu;
- V - teatros em geral.

Art. 211. A edificação deverá dispor, pelo menos, de compartimentos, ambientes ou locais para:

- I - Ingresso ou recepção;
- II - acesso e circulação de pessoas;
- III - sanitários;
- V - administração;
- VI - reunião;
- VII - espectadores.

Art. 212. As edificações deverão satisfazer, ainda, pelo menos aos seguintes requisitos:

I - próximo às portas de ingresso haverá um compartimento ou ambiente para recepção ou sala de espera, com área fixada em função da área da sala de espetáculos, a que servir, na proporção mínima seguinte:

- a) para cinemas, 12% (doze por cento);
- b) para teatros, auditórios e outros, 8% (oito por cento);

II - se houver balcão, este deverá também dispor de sala de espera própria, dimensionada na forma do item anterior;

III - não poderão ser contados, na área exigida pelos itens anteriores, quaisquer espaços da sala de espera utilizados para a venda de comestíveis, bebidas, cigarros, fósforos e mercadorias congêntas ou para vitrinas, mostruários, bem como outros ambientes ou instalações similares;

IV - qualquer que seja a área da sala de espetáculos, a sala de espera terá área mínima a de 16,00 m (dezesseis metros quadrados) para os balcões a área mínima será de 10,00 m (dez metros quadrados):

V - os locais de ingresso e saída terão largura mínima de 3,00 m (três metros). Os espaços de acesso e circulação, como corredores, passagens, átrios, vestíbulos, escadas e rampas de uso comum ou coletivo, sem prejuízo das normas específicas estabelecidas neste código, terão a largura mínima de 2,00 m (dois metros);

VI - As rampas de acesso, vencendo altura superior a 3,50 m (três metros e cinquenta centímetros) deverão ter patamar intermediário com profundidade pelos igual à

largura;

VII - próximo aos agrupamentos de instalação sanitárias de uso do público deverá haver, com acesso de uso comum ou coletivo bebedouros providos de filtros;

VIII - a sala de espetáculo deverá satisfazer às condições de compartimentos de permanência prolongada, exigindo - se ainda:

a) que as aberturas sejam voltadas para a orientação que ofereça ao ambiente condições adequadas de iluminação de modo a evitar ofuscamento ou sombra prejudiciais, tanto para os apresentadores como para os espectadores:

b) que no mínimo 60 % (sessenta por cento) da área exigida no inciso anterior para abertura de iluminação permita a ventilação natural e permanente. Salvo a hipótese do item XVIII do art. 195 aplicável a cinemas, teatros e outras atividades similares.

Nos demais casos, apenas a metade da ventilação natural ora exigida poderá ser substituída por instalação de renovação mecânica de ar com capacidade mínima de 30,00 m (trinta metros cúbicos) por hora, por pessoa, distribuída uniformemente pelo recinto, de acordo com as normas técnicas oficiais ou sistema equivalente;

c) que o pé - direito seja de 5,00 m (cinco metros e cinquenta centímetros) no mínimo;

d) que haja ampla visibilidade da tela ou palco por parte do espectador situado em qualquer um dos lugares. Para demonstrar essa condição tomar - se á a altura de 1,125 m (um metro e cento e vinte e cinco centímetros) acima da do espectador da linha ou série anterior;

e) que o ângulo da visibilidade de qualquer lugar com o eixo perpendicular à tela ou boca d cena seja no máximo de 60%;

f) que existam obrigatoriamente no recinto cadeiras, poltronas ou similares;

g) para efeito do calculo de capacidade das salas de espetáculo, considerar - se á para pessoa sentadas em pé, 0,40 m (zero vírgula quarenta metros quadrados). Não sendo computadas as área de circulação e hall.

Todos os cálculos de taxas de ocupação, gabarito da edificação e números pré-definidos, serão baseados na Certidão do Uso e Ocupação do Solo, disponibilizado pela Prefeitura de Palmas.

5 O PROJETO

5.1 Programa de Necessidades

O programa de necessidades do Centro Cultural Nui foi elaborado a partir da análise do Guia para projetos de arquitetura de museus, do ano de 2020, que tem como objetivo atender aos profissionais de museus e busca apresentar e sistematizar procedimentos na elaboração de projetos de arquitetura e complementares, contribuindo, assim, com todos os agentes envolvidos nas ações, possibilitando atingir níveis de qualidade progressivamente maiores nas obras de museus. Foi também levado em consideração os principais pontos levantados nos estudos de caso, que servem como diretrizes para criação do partido arquitetônico.

Quadro 2 - Programa de Necessidades

PROGRAMA DE NECESSIDADES – PAVIMENTO TÉRREO		
NOME DO AMBIENTE	QTDE.	ÁREA TOTAL
SALÃO PRINCIPAL	1	309,74 m ²
Espaço amplo e agradável destinado às exposições principais e fixas.		
COZINHA	1	14,25 m ²
Local de preparo das refeições vendidas pela cafeteria		
CAFETERIA	1	95,02 m ²
Espaço destinado a refeições rápidas.		
BIBLIOTECA	1	77,52 m ²
Espaço destinado a livros sobre moda e arquitetura.		
SALA DE EXPOSIÇÕES SAZONAIS	1	103,99 m ²
Sala destinada a exposições que mudam durante o ano.		
CIRCULAÇÃO VERTICAL	1	48,26 m ²
Circulação entre pavimentos, será por meio de elevador e escada.		
ACERVO	1	25,79 m ²

Espaço para armazenar peças do museu.		
RECEPÇÃO	1	13,12m ²
Espaço para recepcionar visitantes e dar informações.		
TERMINAIS DE CONSULTA	1	7,87m ²
Computadores para consulta do acervo de peças, livros, exposições e informações em geral.		
WC PCD	1	4,84m ²
Banheiro para deficientes físicos.		
D.M.L.	2	4,78
Espaço para guardar equipamentos de limpeza.		
SALA DE RESTAURO	1	13,49 m ²
Espaço para restaurar peças do museu.		
ALMOXARIFADO	1	9,32 m ²
Sala para armazenamento de produtos em geral.		
SALA DE OFICINAS	1	42,21 m ²
Espaço de aprendizado onde serão realizadas oficinas de costura		
SANITÁRIO MASCULINO	1	29,55 m ²
Sanitários para visitantes		
SANITÁRIO FEMININO	1	29,26 m ²
Sanitários para visitantes		

Fonte: Autorial, 2021.

Quadro 4 - Programa de Necessidades (Pavimento Superior)

PROGRAMA DE NECESSIDADES – PAVIMENTO SUPERIOR		
NOME DO AMBIENTE	QTDE.	ÁREA TOTAL
SALÃO DE EXPOSIÇÕES SUPERIOR	1	217,73 m ²

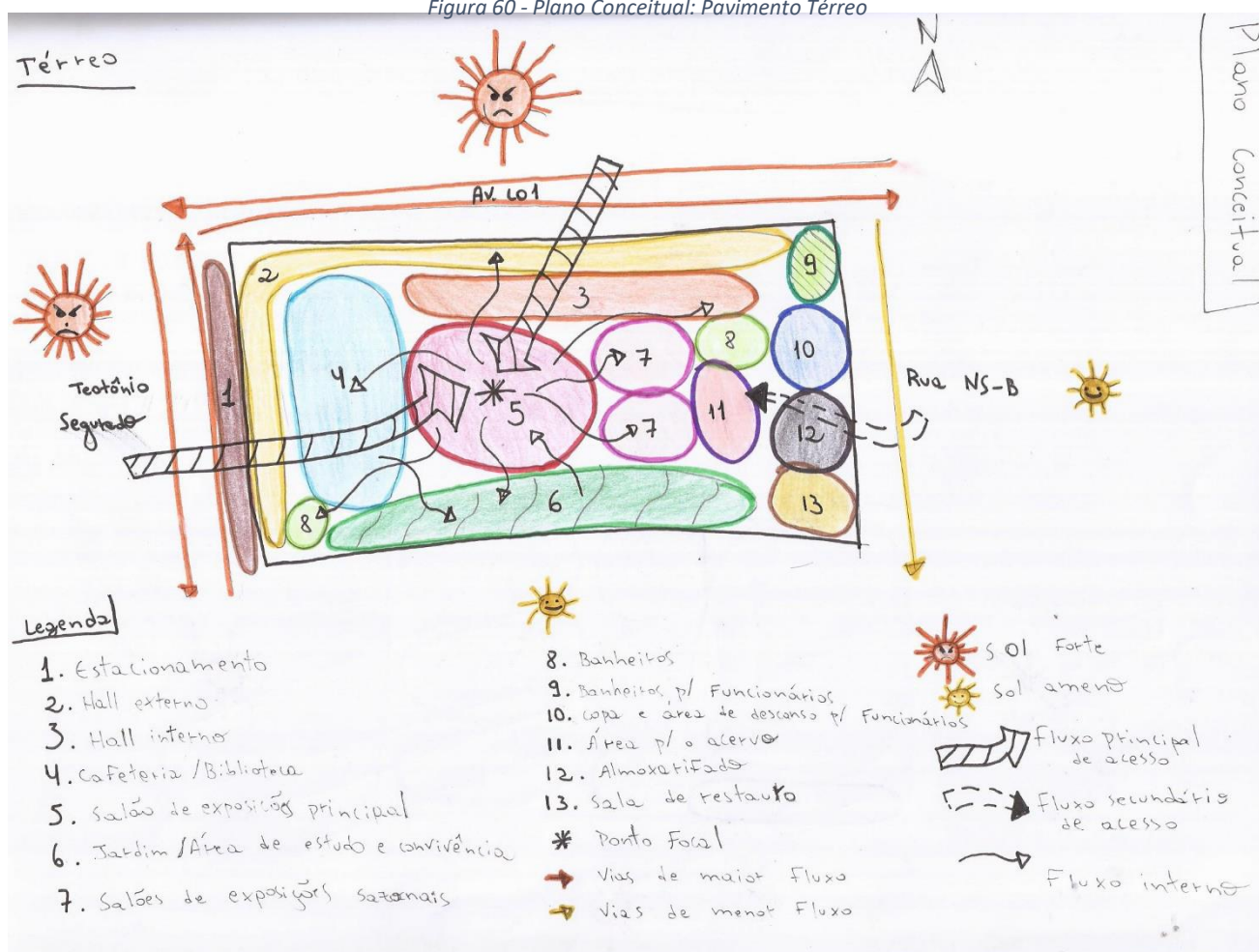
Espaço amplo e agradável destinado às exposições principais e fixas.		
CORREDOR DE STANDS	1	164,75 m ²
Área para os visitantes seguirem um caminho de peças clássicas expostas.		
STANDS	6	99,81 m ²
Espaço destinado a exposição de peças clássicas.		
BAR	1	27,85 m ²
Espaço destinado a bebidas e refeições rápidas.		
SALA DE EXIBIÇÕES	1	165,41m ²
Sala destinada a exposições multimídia e desfiles.		
CABINE DE SOM E PROJEÇÃO	1	12,06 m ²
Espaço para controle da sala audiovisual		
RECEPÇÃO	1	44,91 m ²
Espaço destinado a atender visitantes e trabalhadores do museu.		
ADMINISTRAÇÃO	1	19,10 m ²
Espaço para trabalhadores do museu.		
COPA	1	14,17 m ²
Espaço para trabalhadores armazenarem comida e fazerem refeições.		
ÁREA DE DESCANSO	1	25,55 m ²
Espaço para trabalhadores descansarem,		
SALA DE REUNIÃO	1	17,65 m ²
Sala para reuniões.		
DIREÇÃO	1	19,89 m ²
Sala do(a) diretor(a) e lavabo privativo.		
VESTIÁRIO MASCULINO	1	14,53 m ²
Sanitários e chuveiros para trabalhadores do museu.		
VESTIÁRIO FEMININO	1	10,31 m ²

Sanitários e chuveiros para trabalhadores do museu.

5.2 Plano Conceitual

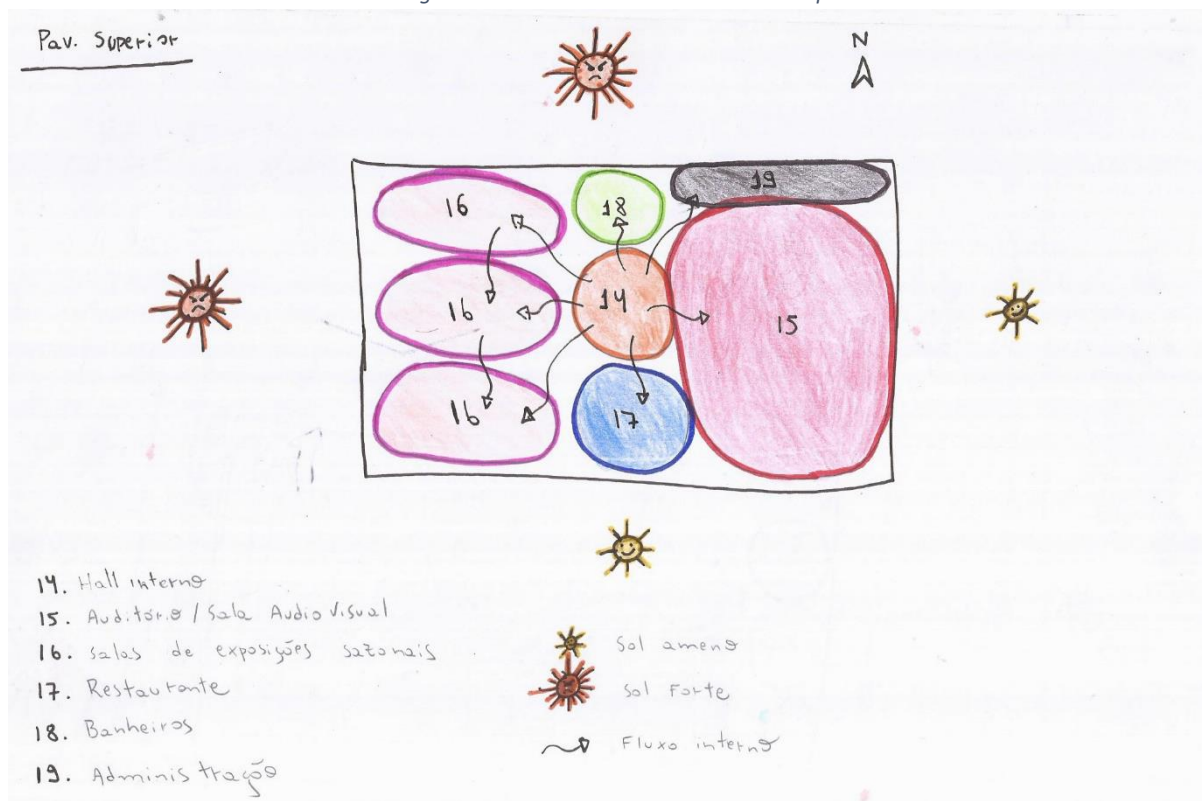
Tendo em vista os índices do lote e o programa de necessidades, foram colocadas as ideias no papel. Um estudo inicial, sem definição de formas. O plano conceitual consiste nos pensamentos iniciais do projeto, utilizando manchas para demarcar os ambientes e símbolos para demais organização e melhor entendimento das ideias. A criação de conceitos no espaço apresenta uma forma de lidar com ideias e problemas.

Figura 60 - Plano Conceitual: Pavimento Térreo



Fonte: Autoral, 2021.

Figura 61 - Plano Conceitual: Pavimento Superior



Fonte: Autoral, 2021.

5.3 Partido Arquitetônico

O edifício tem como principal função ser um centro cultural e de convivência que contribua com o bem-estar de seus usuários e, para isso, o conforto térmico e lumínico do Centro Cultural Nui foram itens chaves na concepção do partido.

O uso de brises nas fachadas Norte e Oeste serviram para amenizar os efeitos do sol sobre o edifício. Como grande parte do edifício inteiro é circundado por brises, há também uma projeção de sombras durante todo o dia, impedindo a passagem direta do sol para dentro do museu.

No centro da edificação foi incluído um pé direito duplo aberto, trazendo iluminação zenital e ventilação natural ao seu interior. Todo o edifício é alimentado por aberturas para o melhor aproveitamentos destes elementos, garantindo assim, uma melhor eficiência energética e conforto ambiental.

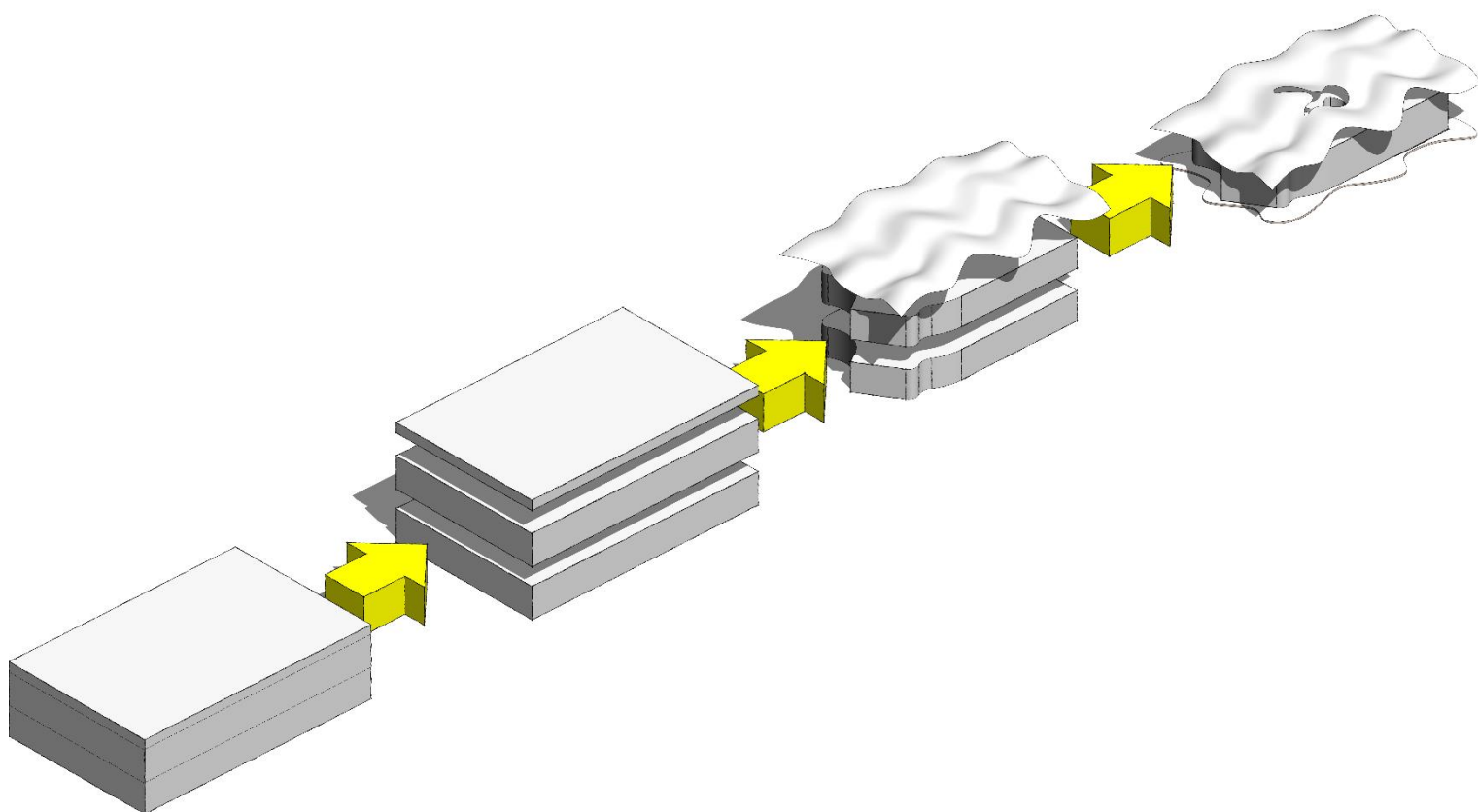
O terreno permite o acesso por três de suas fachadas. A entrada a oeste demonstra-se mais acessível, principalmente aos usuários que dependem de transporte coletivo, e possui maior potencial de integração com o comércio da Avenida Teotônio Segurado, o que leva esta, a ser a fachada principal do museu. A entrada localizada na fachada norte, servirá para fazer a interligação entre as Avenidas LO-01 e Teotônio Segurado, induzindo às pessoas que ali frequentam, ocuparem e usufruírem deste espaço, em busca de proteção solar e, conseqüentemente, mais conforto. A fachada leste, que faz divisa com a Rua NS-B servirá o propósito de entrada de serviço e área de carga e descarga.

Como o edifício possui duas entradas principais, a intenção é que o mesmo se torne uma área convidativa, tanto para enriquecimento cultural, quanto para fazer uma refeição rápida ou relaxar lendo um livro.

A forma foi pensada para que demonstrasse linhas orgânicas e sinuosas, assim como a forma que a roupa pode tomar adornando o corpo humano. No centro há uma abertura para entrada de iluminação natural e ventilação fazendo com que o entre pelas portas e janelas, e saia pela parte central levando o ar quente. Com paredes curvas e uma laje de concreto modelada in loco, a volumetria do edifício chegou ao resultado abaixo.

Figura 62 - Estudo da forma

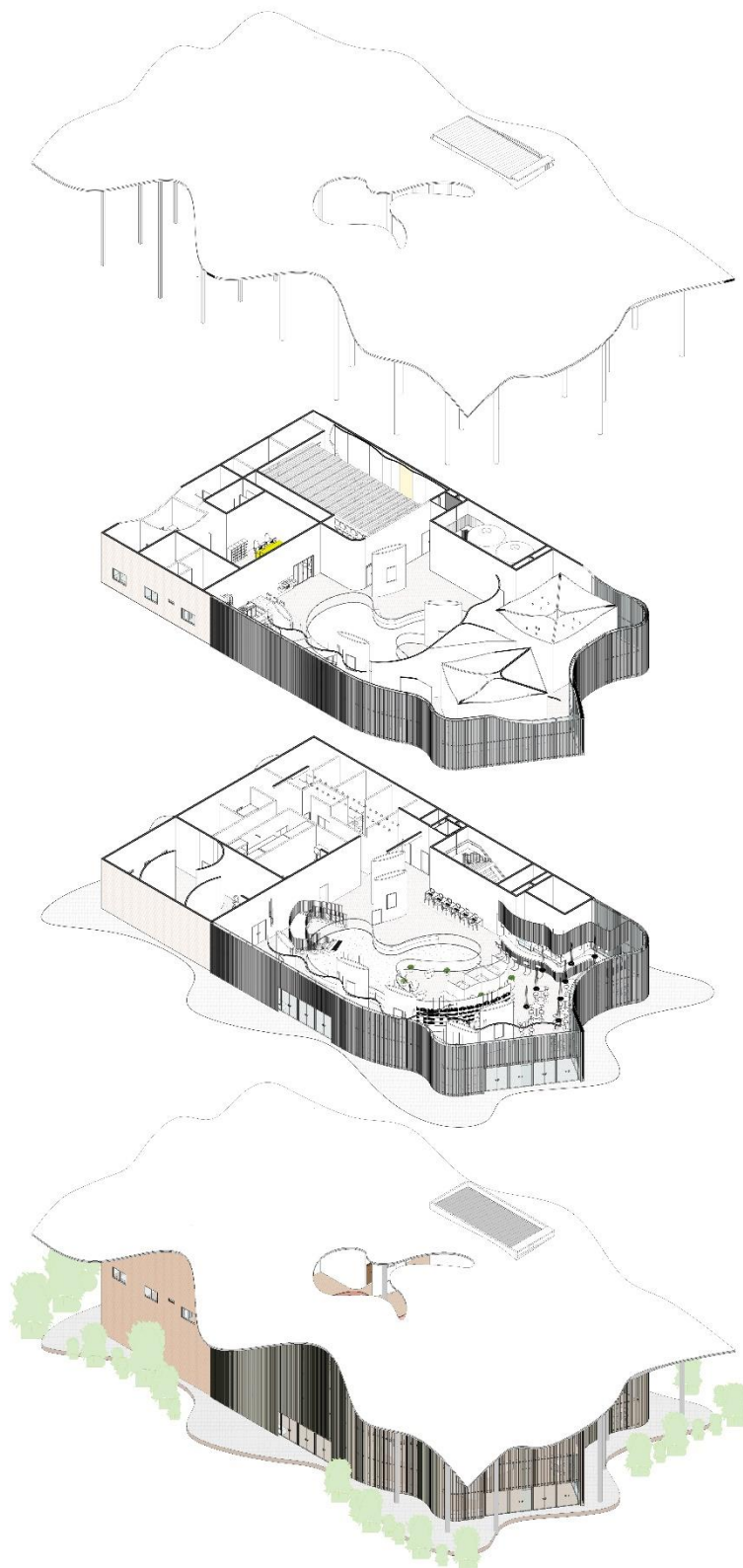
Estudo da forma



Fonte: Autoral, 2021.

Figura 63 – Perspectiva explodida

Perspectiva Explodida



Fonte: Autorial, 2022.

Figura 64 – Percurso do vento no edifício

Percurso do vento no edifício

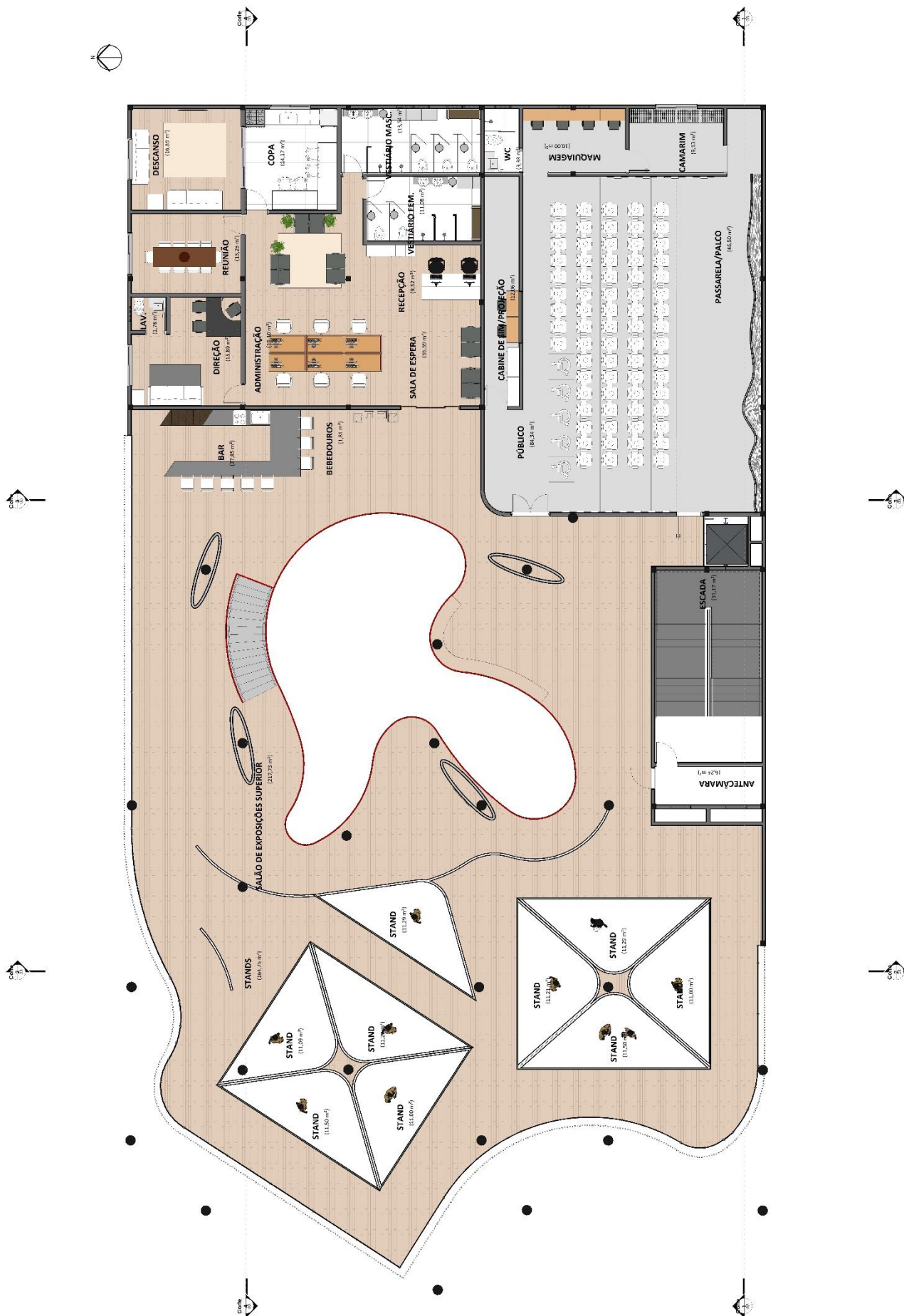


Fonte: Autorial, 2022.
 Figura 65 – Planta baixa térreo humanizada



Fonte: Autorial, 2022.

Figura 66 – Planta baixa pavimento superior humanizada



Fonte: Autorial, 2022.

5.4 Projeto de Interiores

O interior do Centro Cultural Nui foi projetado considerando o melhor uso e fluxo de pessoas dentro do edifício, isto porque, ambientes bem planejados influenciam diretamente na experiência do visitante. É notável também o uso de elementos naturais compondo toda a edificação, o que torna os espaços ainda mais agradáveis.

Os materiais mais utilizados foram vidro, concreto, madeira e tijolos solo cimento. O vidro se faz mais presente nas paredes cortina, janelas e nos guarda corpos. Os tijolos fazem parte das fachadas norte, leste e sul, trazendo um aspecto da arquitetura vernicular tocantinense. O teto de todo o térreo recebeu o acabamento de madeira, proporcionando a sensação de amplitude e continuidade.

Figura 67 – Salão de exposições do térreo



Fonte: Autoral, 2022.

Logo na entrada do térreo, fica a recepção, que serve de suporte aos visitantes, e também o salão de exposições do térreo, onde peças relacionadas a moda são expostas em paredes de gesso em formato de elipse que abraçam os pilares de concreto. O mobiliário foi desenhado de modo que, além de ser atrativo, seja funcional a todas as necessidades, sendo assim, há locais de assento durante todo o edifício.

A biblioteca é outro atrativo do centro cultural, onde foi proposto uma estante curva de madeira com um acervo de livros sobre moda e arquitetura. Como o espaço de leitura, com cabines individuais e poltronas, fica próximo a abertura central do edifício, há um ambiente fresco e aconchegante para os usuários.

Figura 68 – Biblioteca e espaço de leitura



Fonte: Autorial, 2022.

A cafeteria completa o grande ambiente integrado do térreo. Com um desenho que ambém segue as curvas do edifício, este ambiente se propõe a trazer visitantes que estejam em busca de um belo local de refeições no centro da cidade.

Figura 69 – Cafeteria*Fonte: Autoral, 2022.*

Para se ter uma boa iluminação artificial, sem que fuja do contexto do projeto, foram colocados pendentos sinuosos de LED no teto, com uma iluminação difusa e distribuída, e pendentos em bronze acima do balcão e das mesas da cafeteria.

Na parte leste do térreo ficam a sala de exposições sazonais, que tem como propósito a mobilidade de poder abrigar vários tipos de mostras, a sala de oficinas, que se destina ao ensino da história da moda e da costura para aspirantes a estilistas e costureiros, a sala de restauro, sala de acervo, almoxarifado e sanitários.

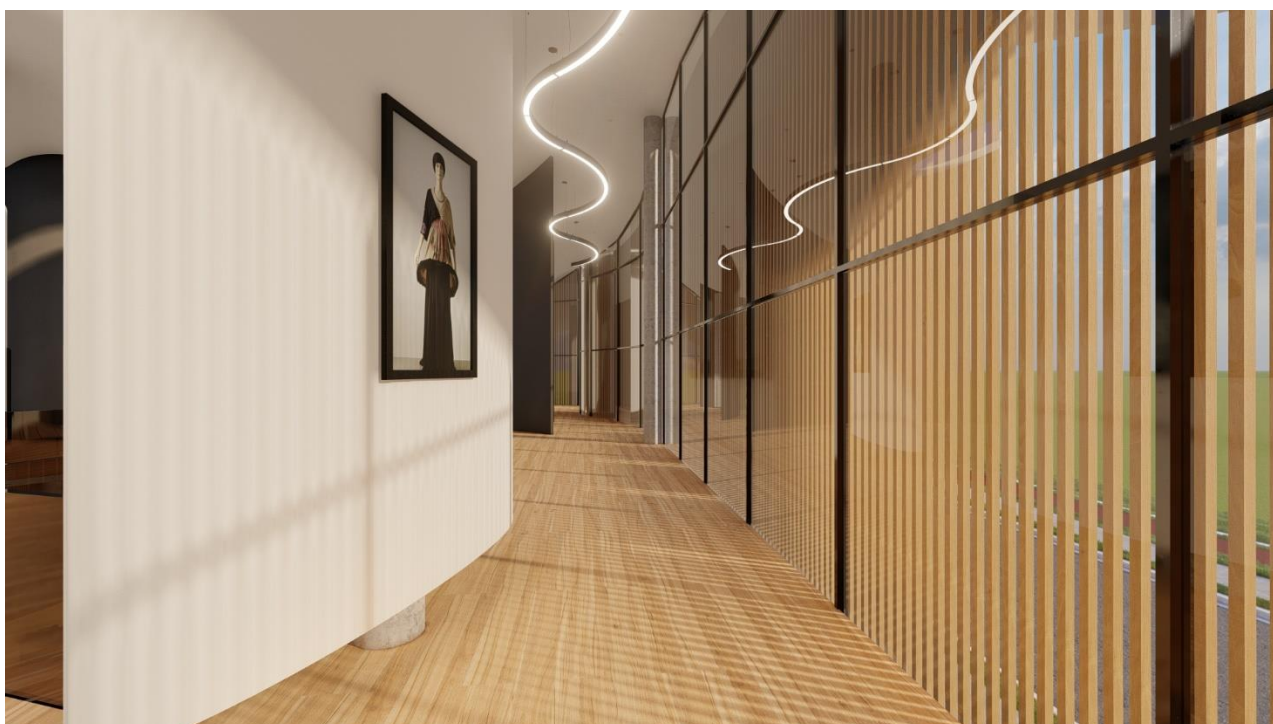
No segundo pavimento, acessado por uma escada curva que acompanha o desenho do jardim central do edifício, há outro salão de exposições aberto e um bar para bebidas e refeições rápidas.

Figura 70 – Salão de exposições superior



Fonte: Autoral, 2022.

Figura 71 – Salão de exposições superior



Fonte: Autoral, 2022.

Ao lado leste fica a parte administrativa com recepção, administração, sala de direção, sala de reuniões, vestiários, copa e área de descanso para funcionários. Por serem locais de maior descontração e interação, a copa e área de descanso foram locados mais ao fundo do edifício.

Logo depois fica a sala de exposições, onde podem ser realizados exposições multimídia e desfiles de moda. O ambiente é um auditório que conta

com setenta e três assentos, cinco vagas para cadeirantes, cabine de som e projeção, banheiro, camarim, sala de maquiagem e passarela. A sala é toda revestida com material acústico, com painéis acústicos no forro e paredes. A passarela conta com iluminação em frizos no chão e no forro, e um painel de led curvo que gere efeitos visuais em desfiles de moda.

Figura 72 – Sala de exibições



Fonte: Autoral, 2022.

Figura 73 – Sala de exibições



Fonte: Autoral, 2022.

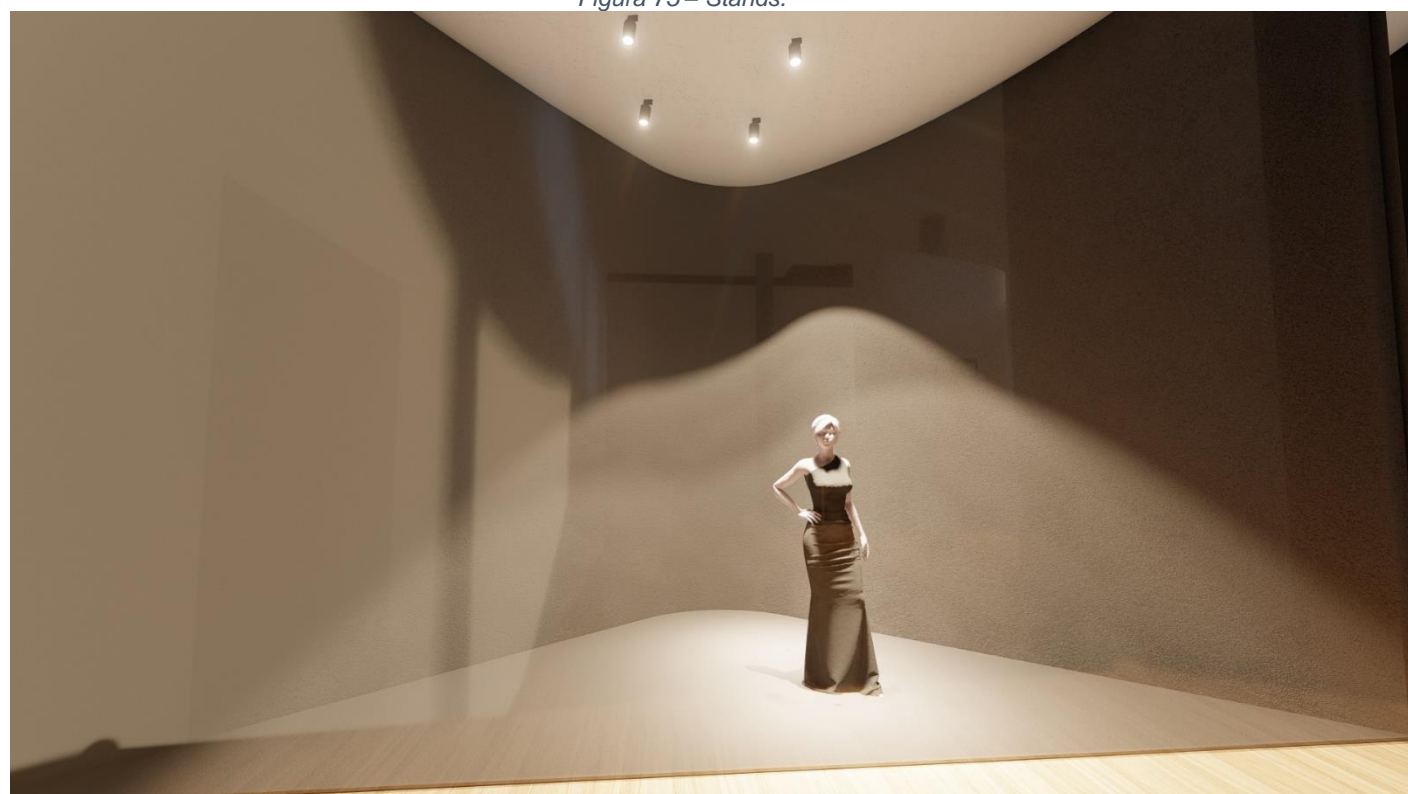
Por fim, os stands, um percurso definido por paredes curvas e a forma do edifício, onde o visitante vê de perto peças de estilistas locais e internacionais. Neste espaço a iluminação focada nas roupas expostas é fundamental.

Figura 74– Stands.



Fonte: Autoral, 2022.

Figura 75– Stands.



Fonte: Autoral, 2022.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho pretendeu desenvolver um projeto para um centro cultural com foco na moda para divulgar o tema e suprir carências de museus e centros de convivência na cidade de Palmas.

Para desenvolver um centro cultural de livre acesso ao público que tenha exposições fixas de estilistas locais e internacionais, e exposições sazonais interativas, foi necessário realizar um estudo teórico sobre a história da moda, ver influências entre as duas áreas criativas – moda e arquitetura - e exemplos de arquitetura cenográfica na moda, fazer estudos de caso no Brasil e no exterior, que serviram como modelos referenciais para elaboração do projeto arquitetônico. Foi também elaborado um diagnóstico da área de implantação do edifício, utilizando mapas temáticos para um melhor entendimento.

Com os conhecimentos adquiridos, foi projetado um centro cultural acessível para diversos perfis e contextos sociais e que funciona como ponto turístico, de socialização, reflexão e imersão cultural para um tema pouco explorado na capital tocantinense.

7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COSTA, Lúcio. **Registro de uma vivência**. São Paulo: Empresa das Artes, 1995.

ARCHDAILY BRASIL. **OMA/AMO projeta passarela para a coleção outono/inverno 2017 da Prada**. 2017. Disponível em: <https://www.archdaily.com.br/br/803951/oma-amo-projeta-passerela-para-a-colecao-outono-inverno-2017-da-prada>. Acesso em: junho. 2021.

VOGUE. **Fashion and architecture: 8 must-see Zaha Hadid collaborations**. 2017. Disponível em: <https://www.vogue.fr/fashion/fashion-inspiration/story/en-zaha-hadid-collaboration-architecture-lacoste-vuitton-fendi/423>. Acesso em: agosto. 2021.

SOMETHING FASHION. **THE ARCHITECT WHO FORCED TO DRESS AS HE WANTED TO**. 2017. Disponível em: <http://www.somethingfashion.es/2015/06/the-architect-who-forced-to-dress-as-he.html>. Acesso em: agosto. 2021.

CR FASHION BOOK. **ARCHITECTS THAT BECAME FASHION DESIGNERS**. 2017. Disponível em: <https://www.crfashionbook.com/fashion/g14392346/fashion-designers-who-were-architects/>. Acesso em: agosto. 2021.

ARCHDAILY BRASIL. **Museu Yves Saint Laurent Marrakech / Studio KO**. 2017. Disponível em: <https://www.archdaily.com.br/br/925870/museu-yves-saint-laurent-marrakech-studio-ko>. Acesso em: junho. 2021.

ARCHDAILY BRASIL. **Cenografia Utopia SPFW N47 / Estudio Guto Requena**. 2019. Disponível em: https://www.archdaily.com.br/br/919755/cenografia-utopia-spfw-n47-estudio-guto-requena?ad_source=search&ad_medium=search_result_projects. Acesso em: junho . 2021.

ARCHDAILY BRASIL. **Zaha Hadid criou a cenografia do desfile da Chanel na Semana da Moda de Paris / Paris**. 2011. Disponível em: <https://www.archdaily.com.br/br/01-12853/zaha-hadid-criou-a-cenografia-do-desfile-da-chanel-na-semana-da-moda-de-paris-paris>. Acesso em: junho. 2021.

ARCHDAILY BRASIL. **Japan House São Paulo / Kengo Kuma & Associates + FGM**. 2017. Disponível em: <https://www.archdaily.com.br/br/923138/japan-house-sao-paulo-kengo-kuma-and-associates-plus-fgm>. Acesso em: junho. 2021.

ARCHTRENDS PORTOBELLO. **Moda e arquitetura: uma relação de troca de referências.** 2018. Disponível em: <https://archtrends.com/blog/moda-e-arquitetura/>. Acesso em: julho. 2021.

AASARCHITECTURE. **CRISTÓBAL BALENCIAGA MUSEUM BY AV62ARQUITECTOS.** 2013. Disponível em: <https://aasarchitecture.com/2013/06/cristobal-balenciaga-museum-by-av62arquitectos.html/>. Acesso em: julho. 2021.

HISOUR. **MUSEU CRISTÓBAL BALENCIAGA, GETARIA, ESPANHA.** s.d. Disponível em: <https://www.hisour.com/pt/cristobal-balenciaga-museum-getaria-spain-44774/>. Acesso em: julho. 2021.

ETIQUETA ÚNICA. Um giro pela fascinante história da moda. s.d. Disponível em: <https://www.etiquetaunica.com.br/blog/um-giro-pela-historia-da-moda/>. Acesso em: julho. 2021.

EUROPEANA. **Charles Frederick Worth.** s.d. Disponível em <https://www.europeana.eu/pt/exhibitions/les-couturiers/charles-frederick-worth>. Acesso em: agosto. 2021.

COSTA, B. **A HISTÓRIA DA MODA INFLUENCIANDO AS TENDÊNCIAS.** 2014. Disponível para download em http://www2.eca.usp.br/moda/monografias/Bruna%20Emmanuele_t.02.pdf. Acesso em: agosto. 2021.

CNN STYLE. **Rem Koolhaas: 'There's nothing frivolous about fashion'.** 2018. Disponível em <https://edition.cnn.com/style/article/rem-koolhaas-and-prada/index.html>. Acesso em: agosto 2021.

ASSIS, I. GONÇALVES, D. **A moda como fator de contribuição histórica da sociedade.** 2015. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-3357-2.pdf>. Acesso em: agosto. 2021.

PAULA, G. **A EVOLUÇÃO DA MODA MEDIANTE OS CONCEITOS DE FAST FASHION E SLOWFASHION.** Disponível em http://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/5871/4/AP_CODEM_2015_2_07.pdf - Acesso em: agosto. 2021.

HISTÓRIA DA MODA. **1947: O NEW LOOK DA DIOR.** s.d. Disponível em: <http://modahistorica.blogspot.com/2013/05/1947-o-new-look-dior.html>. Acesso em: agosto. 2021.

JUS TOCANTINS. **Lei Complementar nº dispõe sobre a divisão da Área Urbanada Sede do Município de Palmas.** s.d. Disponível em: <https://www.justocantins.com.br/legislacao-28738-lei-complementar-n-321-dispoe-sobre-a-divisao-da-area-urbana-da-sede-do-municipio->

depalmas.html. Acesso em: agosto. 2021.

GQ Italia. **Woodstock, lo stile del festival rock più famoso al mondo (50 anni dopo).** 2019. Disponível em: <https://www.gqitalia.it/moda/article/woodstock-stile-festival-rock>. Acesso em: agosto. 2021.

CONCEPT KICKS. **Doing Things Differently with PLAYLAB, INC.** Disponível em: <https://www.conceptkicks.com/design/playlab-inc-archie-painting-possibilities>. Acesso em: agosto. 2021.

ELLE DECOR. **VIRGIL ABLOH HA FATTO SFILARE PER LOUIS VUITTON IL GOTHA DELL'ARCHITETTURA.** 2021. Disponível em: <https://www.elledecor.com/it/lifestyle/a35286185/louis-vuitton-sfilata-fw-21-scenografia-abiti/>. Acesso em: agosto. 2021.

FORA DE MODA. **Relações entre Moda, Arquitetura e Estrutura.** 2008. Disponível em: <https://forademoda.wordpress.com/2008/02/08/relacoes-entre-moda-arquitetura-e-estrutura/>. Acesso em: agosto. 2021.

TERRA. **Desconhecimento e falta de hábito explicam baixa procura por museus.** 2018. Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/dino/desconhecimento-e-falta-de-habito-explicam-baixa-procura-por-museus,102cde2508b4a841b9954d719516e454kfoek2i3.html>. Acesso em agosto. 2021.

PALOMINO, Érika. **A moda.** São Paulo: Publifolha, 2002.

BLOG DA ARQUITETURA. **Conheça as particularidades da Japan House de São Paulo, projeto do famoso Kengo Kuma.** 2018. Disponível em: <https://blogdaarquitetura.com/conheca-as-particularidades-da-japan-house-de-sao-paulo-projeto-do-famoso-kengo-kuma/>. Acesso em: agosto. 2021.

COHEN, Dominique Raquel. **Cenografia além do teatro.** São Paulo 2007.

ROSSI, Aldo. **A arquitetura da cidade.** São Paulo: Ed. Martins Fontes, 2001.

TEDESCO, João Carlos. **Passado e presente em interfaces: introdução a uma análise sócio-histórica da memória.** Passo Fundo: Ed. Universidade de Passo Fundo; Xanxerê: Ed. Universidade do Oeste de Santa Catarina; Porto Alegre: Suliani Letra e Vida, 2011.

MUSEUS.GOV.BR. **Guia para projetos de arquitetura de museus.** 2020. Disponível em: <https://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2020/08/Guia-para-projetos-de-arquitetura-de->

