



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

Moda & Béton Brut.

Estilo y estética brutalista en reportajes fotográficos de moda contemporánea.

Fashion & Béton Brut.

Brutalist style and aesthetics in contemporary visual clothing reports.

Autor/es

María de las Mercedes Serrano Cedrés

Directores

José Ignacio Bergera Serrano
Lucía Carmen Pérez Moreno

Escuela de Ingeniería y Arquitectura
2021



DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y ORIGINALIDAD

(Este documento debe remitirse a seceina@unizar.es dentro del plazo de depósito)

D./D^a. María de las Mercedes Serrano Cedrés ,

en aplicación de lo dispuesto en el art. 14 (Derechos de autor) del Acuerdo de 11 de septiembre de 2014, del Consejo de Gobierno, por el que se aprueba el Reglamento de los TFG y TFM de la Universidad de Zaragoza,

Declaro que el presente Trabajo de Fin de Estudios de la titulación de

Grado en estudios en Arquitectura



(Título del Trabajo)

Moda & Béton Brut. Estilo y estética brutalista en reportajes fotográficos de moda contemporánea.

es de mi autoría y es original, no habiéndose utilizado fuente sin ser citada debidamente.

Zaragoza, 22 de Noviembre de 2021

Fdo: Mercedes Serrano Cedrés

MODA &

BÉTON BRUT

FASHION & BÉTON BRUT
BRUTALIST STYLE AND
AESTHETICS IN CONTEMPORARY
VISUAL CLOTHING REPORTS

Trabajo Fin de Grado

AUTORA
M^a de las Mercedes Serrano Cedrés

DIRECTORES
José Ignacio Bergera Serrano
Lucía Carmen Pérez Moreno

ESCUELA DE INGENIERIA
Y ARQUITECTURA, 2021

ESTILO Y ESTÉTICA BRUTALISTA
EN REPORTAJES FOTOGRÁFICOS DE MODA CONTEMPORÁNEO



[im. I] PAUSE "Winter is Coming", 2017

¿Cómo se relacionan la moda y el Béton Brut? ¿Por qué el Brutalismo se fotografía para la moda? La arquitectura ha ido relacionándose con la moda a lo largo de la historia aunque fue a partir de la Bauhaus cuando estas dos disciplinas tuvieron un mayor acercamiento. Desde entonces, ha habido un proceso evolutivo independiente en cada una con nuevas tendencias y estilos. En la posguerra de la Segunda Guerra Mundial, nace el Brutalismo y tras veinte o treinta años de vida, decae. Ha sido en esta última década cuando se muestra un interés renovado por esta arquitectura, y tanto lo es, que la moda se suma a esta nueva ola.

Es cierto que se han elaborado colecciones de moda inspiradas en el Brutalismo pero es en los reportajes fotográficos donde el fotógrafo cose la moda y el Brutalismo, y se percibe una mayor reciprocidad entre estas dos artes. La intención que ha guiado dicha búsqueda ha sido validar qué aspectos del Brutalismo rescata la moda para reforzar su mensaje de campaña, yendo desde los más éticos hasta los más estéticos. Para ello, la investigación se ha introducido con una presentación sobre la relación entre las protagonistas del tema: arquitectura y moda. A continuación, un desarrollo más profundo para conocer el periodo temporal escogido de cada una: moda contemporánea y Brutalismo. Finalmente, en la parte práctica, se han desarrollado los casos de estudio, donde se analiza la presencia escenográfica arquitectónica brutalista para los reportajes fotográficos de las campañas de moda contemporánea (fichas de las campañas en los anexos). Las conclusiones muestran una síntesis de la aportación del estilo arquitectónico a las imágenes de moda, y además comentan cómo la moda u otras disciplinas pueden ser una posible vía de difusión de la arquitectura para aproximarla al conocimiento popular.

Resumen

Summary

1. INTRODUCCIÓN 04
Motivación y proceso

2. RELACIÓN ENTRE ARQUITECTURA Y MODA 06

2.1 La costura se convierte en fotografía

3. MODA CONTEMPORÁNEA Y BRUTALISMO 12

3.1 Situación actual - 'multi-tendencia'

3.2 Interés renovado por el brutalismo

3.3 Brutalismo en la moda

4. CASOS DE ESTUDIO 22

4.1 "as found"

4.2 Compromiso social y urbano

4.3 Teatralización

4.4 Mímesis con el escenario

5. CONCLUSIONES 40

8. BIBLIOGRAFÍA 42

9. ANEXOS 48



[im. II]
 Autorretrato II,
 Jean Dubuffet, 1966
 (modificación de imagen propia)

1. INTRODUCCIÓN

Era un día de diario en cuarto de arquitectura en los pasillos del Torres Quevedo cuando entré por primera vez al despacho de la profesora Lucía Pérez con un compañero para preguntarle acerca del TFG. No me tocaba hacerlo ese año, ni mucho menos, pero tenía curiosidad en las opciones que ofrecía el trabajo. Y fue entonces cuando por fin encontré una oportunidad en la que podía plasmar en un trabajo de universidad mis dos pasiones: la arquitectura y la moda.

La unión de esas dos artes como motivación del trabajo estaba clara. Las dudas vinieron después al tener que decidir cuál de los muchos puntos en común escogía para enfocar mi trabajo. Un año había pasado de la pandemia, un año en el que bastantes sectores profesionales se habían transformado de una manera u otra, también la moda, y se reflejaba en las pasarelas “virtuales” donde hacían desfiles en lugares que con público no hubiese sido posible. Fue la pasarela de Isabel Marant FALL 2021 en un parking a las afueras de París la que sembró mi curiosidad por la arquitectura como escenario de la arquitectura. Y, además, comentándolo con mi otro tutor Iñaki Bergera, me descubrió a un tercer agente quien hace que esta simbiosis llegue a todas las pantallas y publicaciones: el fotógrafo. Este agente, es nuestros ojos, el que nos muestra y enfatiza las relaciones de estos dos campos y a partir de sus fotografías podemos reflexionar sobre el tema.

Tras muchas reflexiones, decidí centrar mi trabajo en los reportajes fotográficos de moda contemporáneos, pero no en cualquier arquitectura, sino en la arquitectura brutalista, la misma que en el desfile antes citado. Al analizar las fotografías, con el estudio previo del Brutalismo hace pensar que no son lugares escogidos al azar para realizar las campañas de moda, sino que esa arquitectura potencia la campaña y en un estudio de fotografía o en otra corriente arquitectónica, el mensaje hubiese sido totalmente distinto. Además, al ver cómo las campañas emplean la arquitectura, observé que son una herramienta en la difusión de arquitectura en el ámbito popular.

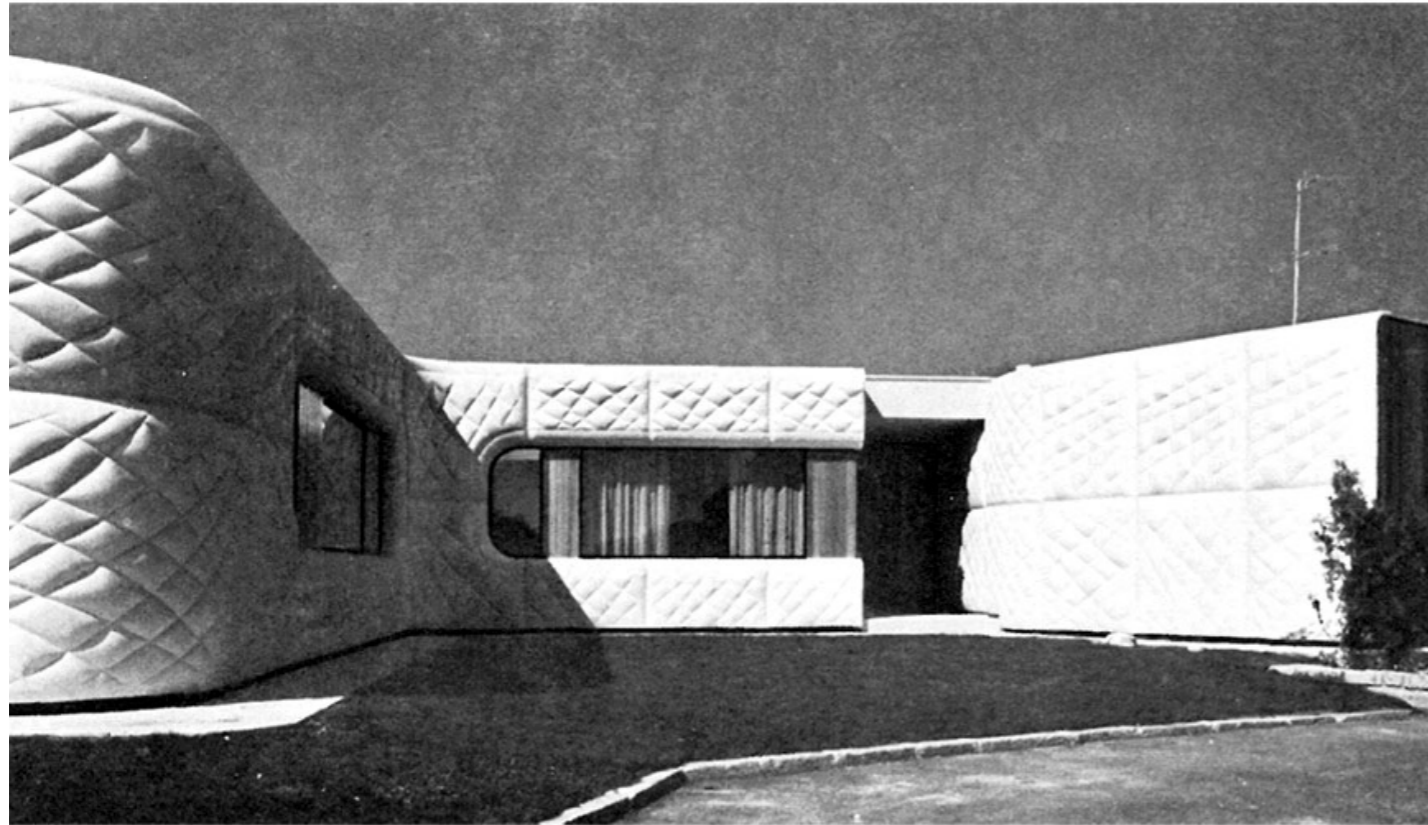
Proceso

La arquitectura y moda es un tema sobre el que profesionales han escrito libros, artículos... También se encuentran trabajos sobre fotografía y moda o fotografía y arquitectura. Sin embargo, al concretar en el estilo brutalista, las amplitud de estudios se redujo a algún estudio relacionando la fotografía y el Brutalismo y algunas colecciones de moda inspiradas en él. Por lo que el proceso de fuentes de información se ha basado en la búsqueda independiente de cada campo: Brutalismo, moda y fotografía y en la redacción los he ido relacionando.

En la primera parte del trabajo, más teórica, se ha recopilado la información buscada en los diferentes libros, artículos y revistas. Y es en la segunda parte del trabajo, la parte práctica, donde la información anterior se ha interpretado y aplicado en a los diferentes casos de estudio. para analizar cómo se enriquecen el Brutalismo y la moda trabajando juntos.

“La moda es arquitectura, una cuestión de proporciones”

-Coco Chanel



[im. III]
Casa Pascual de Juan de Zurita, Miguel Fisac
La Moraleja, Madrid. 1973-75

2. Relación entre

ARQUITECTURA y MODA

“Estudié arquitectura durante 10 años. Pero, al mismo tiempo, ya dibujaba muchos objetos, complementos de moda. Durante mis estudios de arquitectura aprendí el dibujo, la perspectiva, el rigor, el manejo de los volúmenes; y mi madre, que era oficiala de costura en Balenciaga, me enseñaba como construir una prenda de vestir, sólo mirándola. Así pasé de la arquitectura a la moda haciendo una síntesis de ambas”.

-Paco Rabanne

Ambas son arte y técnica, formalizan ideales estéticos que responden a un momento social e histórico determinado y, en este sentido, expresan ideas de identidad personal, social y cultural, adaptadas al tiempo y el espacio en el que se encuentran.

La arquitectura y la moda han tenido ritmos de evolución distintos movidos por diferentes razones. Desde la antigüedad han tenido relación, como por ejemplo en la antigua Grecia donde los vestidos y peinados de las mujeres tenían intenciones de similitud a las columnas y capiteles. Además, el término de profesional- en la moda “diseñador” y en la arquitectura “arquitecto”, tuvo su periodo de independencia, aunque el de diseñador tardó más tiempo.

Ambos han pasado por procesos parecidos, como por la depuración de ornamento con la racionalización en la arquitectura y más tarde con Mariano Fortuny¹ en la moda; o también con la integración y desarrollo de nuevos materiales, gracias a la Revolución Industrial que repercutió primero a la arquitectura. Pero fue con la escuela multidisciplinar, la Bauhaus, cuando estas dos disciplinas trabajaron

conjuntamente, por ejemplo, cuando los diseñadores textiles asesoraban a los arquitectos sobre la elección de tejidos para los interiores de los edificios. Tras su cierre, vinieron las vanguardias, donde ambas seguían explorando nuevos estilos como el cubismo, el Stijl... y tras ese periodo, no cesó el deseo por lo nuevo, lo avanzado y lo moderno.

Echando la vista atrás en la historia, da la sensación que ambas disciplinas han sido dos líneas paralelas a distinto tempo que a veces se intersectaban pero estaban movidas por los mismos principios, motivos o deseos. Sin embargo, en la actualidad, ya no hay un determinado pensamiento global, por lo que arquitectos y diseñadores caminan por caminos muy diferentes.

A pesar de la ausencia de ese pensamiento global, estas dos artes cooperan y dan nuevos enfoques para soluciones que serían menos fructuosas si se afrontasen en solitario.

“Un buen modisto debe ser arquitecto para la forma, pintor para el color, músico para la armonía y filósofo para la medida”

- Cristóbal Balenciaga



[im. IV]
Sensory Seas, SS 20
Iris Van Herpen

Por ejemplo, en la firma Iris Van Herpen, se demuestra la motivación en común por la tecnología. Al igual que lo fue en la Revolución Industrial, la tecnología ha sido clave en la aceleración de la evolución en ambos campos, aporta herramientas que facilitan el trabajo y dan nuevos resultados. Muchas veces, estas herramientas son similares tanto en la arquitectura como en la moda, haciendo que un profesional arquitecto sea competente en una firma como la de esta diseñadora. La holandesa de alta costura Iris, es pionera en la utilización de las técnicas de impresión 3D, moldeo por inyección y corte láser y es reconocida por sus diseños donde fusiona técnicas tradicionales de la alta costura con la tecnología [im. IV]. El diseño con estas tecnologías hace posible la integración de arquitectos e incluso científicos en su plantilla para compartir competencias y lograr un producto que refleja esta interdisciplinariedad.

Otro ejemplo más aplicado en la arquitectura sería el de Miguel Fisac, arquitecto que construyó la “Casa Pascual de Juan Zurita”, La Moraleja en 1973 [im. III]. Este arquitecto adopta posturas aprendidas en la moda. Él aprovecha las capacidades y posibilidades que los textiles pueden aportar a su campo para crear nuevos resultados. Por ejemplo, él empleó textiles para encofrar hormigón, y así logró traspasar las cualidades del tejido a este material pétreo dotándole de un aspecto blando, moldeable y suave.

Con estos dos ejemplos, se refleja que la tecnología es un punto en común entre varias disciplinas, en concreto, arquitectura y moda. Esto da pie a un camino lleno de intercambios de materiales, técnica, herramientas... para descubrir nuevas maneras de producción y crear nuevas prendas o proyectos.

Otro punto de colaboración de ambas disciplinas es en la construcción de la moda. Cada vez más, las tiendas de las firmas de lujo cuentan con los arquitectos e interioristas más destacados para desarrollar sus espacios. Incluso algunas marcas tienen edificios enteros en los que además de reflejar su estilo, se han convertido en atractivos turísticos.

Un ejemplo de esta simbiosis lo protagoniza Rem Koolhaas y Prada [im. V, VI, VII]. El arquitecto tiene mucha relación con la moda. La diseñadora acudió a OMA (Office of Metropolitan Architecture) para modernizar sus tiendas, y como consecuencia se creó AMO- la parte de OMA que colabora con Prada. Se creó un concepto de tienda de espacios vivos, cambiantes, como una galería en la que hubiera más actividades además de los productos de Prada. Esto es un ejemplo de como dos disciplinas se encuentran, se entienden y colaboran en distintas zonas de influencia de manera armónica.

1 - Mariano Fortuny (1871-1949), artista polifacético granadino que creó varios de los diseños inmortales de la indumentaria. Fiel de sus ideas personales, se denominaba como “anti-moda”, se sumó a la búsqueda de liberar a la mujer de un sistema de vestimenta no práctico para el cuerpo. Un experto en telas e investigación textil y patentó el sistema de plisado en junio de 1909. Creador de numerosos vestidos icónicos como el vestido “Delphos” (1920).

Hemos visto que la arquitectura y moda siempre han ido aproximándose entre ellas y se han movido y avanzado por una historia similar, como por ejemplo con la depuración del ornamento, o en la Bauhaus donde ambas trabajaron juntas y compartieron competencias.

Más en la actualidad, otro rasgo que comparten es que ambas han perdido ese pensamiento global, es decir, ya no hay un estilo predominante, una ideología que lidera un movimiento. Hay diferentes caminos, como el ejemplo de Iris van Herpen en el campo de la tecnología, donde la moda y arquitectura se siguen complementando.

La arquitectura y la moda son dos disciplinas que como cualquier otra van avanzando y evolucionando de una manera prácticamente independiente. No se suelen apoyar en otros campos ajenos al suyo para innovar o ver que faltas

tienen que otras disciplinas les puedan aportar. Sin embargo, Izaskun Chinchilla, nos ofrece una visión en la que la arquitectura para adaptarse mejor a nuestro tiempo, puede aprender de la moda, ver que carencias tiene que la moda integra y así mejorar y evolucionar.

*“La arquitectura se ha vuelto muy rígida, mientras que la moda no ha perdido la tradición del color». «A la moda se la ha culpado de ser efímera, luego banal; pasajera, luego trivial. Pero yo creo que tiene una capacidad de adaptarse, de jugar y de transformarse que la arquitectura necesita ahora”.*²

2- M^a Victoria Aroca, “Cuando la moda y la arquitectura comparten el mismo escenario”, *SModa* (Octubre, 20012).



[im. VI]

[im. V, VI, VII] *Prada Epicenter*. Nueva York, EE.UU. OMA (2000-2001)
La tienda de Prada pasa a ser un espacio público, galería, espacio de actuaciones. OMA/AMO experimentan con el espacio enriquecer la experiencia de comprar. “La Ola”, es el elemento principal, una elevación del suelo que contiene en un extremo escaleras para exposiciones de las prendas o como asientos. Y frente a ellas, en el lado opuesto, hay un escenario que se despliega para proyectar películas, hacer actuaciones o conferencias.

[im. V]



[im. VII]



[im. VI]

2.1. La COSTURA se convierte en FOTOGRAFÍA



[im. VIII] Fotografía general de calle casco antiguo, La Orotava, Tenerife. (fotografía propia)



[im. IX] Llamador de puerta de casa antigua a, La Orotava, Tenerife. (fotografía propia)

Las relaciones entre arquitectura y moda son infinitas. Pueden trabajar los profesionales de ambas conjuntamente para desarrollar un producto, pueden intercambiar herramientas, materiales o incluso la arquitectura puede construir un taller, un lugar para la moda.

Son muchos los modos de relacionarse pero solo hay una forma de transmitirlo, con los medios de comunicación. Es aquí donde interviene la fotografía, el campo que captura en una imagen la esencia que comparten los dos mundos. Las sinergias, antítesis, metáforas, simbiosis de la arquitectura y moda no necesitan de un texto que las explique, sino una imagen que sin palabras, refleja cómo estas artes se sirven mutuamente, recordando el dicho: “una imagen vale más que mil palabras”. El fotógrafo es nuestros ojos, la persona capaz de

vincular las dos artes –arquitectura y moda, y la persona que nos muestra en una imagen todo el potencial de su combinación. Esta gran importancia del papel de la fotografía, lo comenta Iñaki Bergera en uno de sus artículos: “Aunque sea un tópico, eso de que una imagen vale más que mil palabras se puede decir con absoluta propiedad. Metodológicamente, se pone nuevamente de relieve el incuestionable valor de la fotografía como cauce de expresión y especulación teóricas. Hace casi un siglo Moholy-Nagy alertaba que el analfabeto del futuro no sería el inexperto en la escritura, sino el desconocedor de la fotografía. Quizá el tiempo le ha dado la razón”.³

Todo el mundo que va andando por la calle ve arquitectura; casas, museos, teatros, ruinas ... De la misma forma se ve la moda, cómo viste la gente en

la calle, los anuncios publicitarios o los escaparates de las tiendas. Esas imágenes que retiene nuestra cabeza son recuerdos que hemos capturado con nuestros ojos, con nuestra mirada, sin ninguna intención ni detenimiento. [im. VIII]

Otras veces, las imágenes que almacena nuestro cerebro son de revistas o de internet. Estas imágenes no son aleatorias como las que podemos recordar al pasear, son imágenes tomadas con decisión, con una perspectiva intencionada que hace resaltar elementos que hubiesen pasado desapercibidos si el fotógrafo no hubiese puesto su ojo profesional. [im. IX]

Esta importancia de la mirada profesional la subscribe Gerald Woods:

“El fotógrafo es probablemente el mejor crítico de arquitectura, ya que mediante felices encuadres y elecciones puede comunicar directa y poderosamente aspectos tanto elogiosos como reaccionarios. También puede descubrir y revelar arquitectura donde nadie tenía esa intención, en forma de composiciones abstractas con calidad arquitectónica”.⁴

La fotografía es la costura que une las dos piezas, la arquitectura y la moda. Los reportajes fotográficos de las campañas de moda son el campo donde se establecen estas relaciones. En las campañas de moda, se transmite la esencia de la propia marca, y eso no solo se refleja en las prendas. El fotógrafo discute con el departamento de marketing y publicidad para saber a la perfección que desea transmitir la marca y los publicistas. Él elaborará una visión global y establecerá algún vínculo entre las imágenes de la campaña. Tras esta visión preconcebida, se decide el ambiente, o decorado y se jugará con las poses de los modelos hasta capturar lo que se ajuste a la imagen deseada.⁵ Es necesario crear una atmósfera que ambiente el mensaje que se quiere transmitir, unos modelos que actúen acorde el carácter y personalidad de la firma y unas prendas que expresan las nuevas propuestas del diseñador. La arquitectura tiene un papel fundamental en la creación de ambiente, ya que gracias a ella, se puede viajar en el tiempo, como por ejemplo la campaña



[im. X] Cruise 2022, Dior en Templo Zeus -Atenas, Grecia

reciente de Dior Cruise 2022 para mujer en el Templo de Zeus [im. X]. No intenta “disfrazar” a las modelos como mujeres de la Antigua Grecia, sino que esa antigua arquitectura, ofrece y apoya el mensaje de la colección. Dior rinde homenaje a la belleza eterna de Grecia, a sus paisajes. Además, este templo de la Grecia Clásica, refuerza ese onirismo, historia del arte y mitología que Dior reinterpreta en su colección⁶. No solo se emplea la arquitectura a modo de escenario, también se valoran sus texturas, colores o su historia para dialogar con las prendas, como veremos en los casos de estudio.

Otra cuestión de los reportajes fotográficos, son las sesiones en edificios emblemáticos, debido al requerimiento de permisos, logística y el “caché” del edificio, por lo que a veces es más una cuestión de dinero que de voluntad o imaginación. No obstante, esto plantea un enfoque de “poder”, ya que un reportaje de moda en un edificio de difícil acceso, dota a la marca de un prestigio y una posición de exclusividad y posiblemente lujo, ya que otras marcas sin tanto poder no pueden acceder a ello. Por lo tanto, se establece que la arquitectura además de riqueza visual en la imagen, puede otorgar prestigio, exclusividad y colabora a mostrar cierta posición elevada de la marca de ropa. No obstante, la arquitectura brutalista ha sido una tendencia en la moda

contemporánea para presentar las colecciones de algunas firmas. Se han escogido proyectos muy conocidos del estilo por diversas razones, algunas más estéticas y otras, van un poco más allá adentrándose en cuestiones más profundas del estilo arquitectónico.

La fotografía de estas dos disciplinas ofrece una imagen que no deja indiferente al espectador, pero exige cierto conocimiento para lograr el equilibrio de los dos protagonistas. Tal y como se expresa este párrafo recuperado de una revista: “La arquitectura añade fuerza plástica a cualquier foto, usa utilidad, belleza y solidez de las que hablaba Vitrubio.[...] Todo lo ajeno a la moda agita a la moda cuando, en realidad es el nutriente principal. También hay otra cuestión de índole técnica: si se fotografía el edificio entero, los modelos y la ropa pueden perderse. Si se fotografía demasiado de cerca, es el sentido de la arquitectura el que puede perderse”.⁷ La arquitectura tiene una escala mucho mayor que la moda. La dimensión de un edificio supera enormemente a la de una persona, por lo que si se quieren capturar las dos en una sola imagen y que se aprecien ambos protagonistas parece que hay que elegir entre fotografiar al modelo y no conseguir enmarcar bien el edificio u optar por el edificio, y arriesgarse a que el modelo quede a un tamaño inapreciable. El Brutalismo nos da la posibilidad de

fotografiarlo tanto de cerca como de lejos obteniendo desde unos resultados más abstractos hasta unos escenarios con gran valor arquitectónico, pero ninguno deja al modelo indiferente. En las dos posturas la arquitectura y la moda siguen teniendo el mismo valor.

A pesar de los impedimentos, esta simbiosis de Brutalismo y moda para las fotografías de las marcas refuerza que el Brutalismo no debe de ser destruido y demuestra que las campañas y personas que se involucran con su preservación están en el camino correcto. Además el Brutalismo no es solo un edificio de universidad, viviendas o servicio público, es un estilo que incluso ha pasado al cine, fotografía y moda como estamos pudiendo comprobar.

3- Iñaki Bergera, VI Congreso de Moda, “Comunicar moda, hacer cultura”, 59-87, (Universidad de Navarra, 3 al 4 de noviembre de 2005): 60.

4- Iñaki Bergera, Eduardo Delgado, y Justo Oliva, *Fotografía y arquitectura moderna: Contextos, protagonistas y relatos desde España* (Barcelona:Fundación Arquia, 2016), 27.

5- M^a Concepción Casajus, “Historia de la fotografía de moda: aproximación estética a unas nuevas imágenes” (tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid, 2002), 82, <https://eprints.ucm.es/id/eprint/2364/1/AH0015001.pdf>

6- “Campaña cruceo 2022 para mujer”, Dior, recuperado el 30 mayo 2021, https://www.dior.com/es_es/noticias-y-savoir-faire/folder-noticias-y-eventos/coleccion-cruceo-2022

7- Anabel Vázquez, “Moda y arquitectura: cuando el edificio es el top model”, *Vanity Fair*. (Enero 2017), <https://www.revistavanitayfair.es/lujo/lifestyle/articulos/moda-arquitectura-cuando-edificio-top-model/23408>

[im. XI] Street style.
Look vestido midi y botas altas.
Tendencia otoño 2019.



[im. XII]
Escuela de Hunstanton.
Norfolk, Inglaterra.
The Smtihsons (1949-54)



3. Moda contemporánea y BRUTALISMO

3.1. Situación actual 'MULTI-TENDENCIAS'

Hace unos años, la moda como la arquitectura estaba dominada por una unidad estilística. Los grandes diseñadores como los grandes arquitectos dictaban sus leyes y nadie les llevaba la contraria. Hoy nos encontramos en un punto totalmente opuesto, en un punto de disparidad total donde "todo vale". Ya no vale preguntar ¿qué se lleva?, porque se lleva todo. La siguiente cita, refuerza lo que ocurre en la moda contemporánea, y aunque fue escrita hace tres décadas, es perfectamente aplicable a esta situación:

*"El chic de buen gusto, «clase» y distinción de Alta Costura ha quedado desacreditado por unos valores que dan prioridad a la ruptura de las convenciones, a la audacia y a los guiños, que valoran más la idea que la realización, el impacto emocional que la virtuosidad, y más la juventud que la respetabilidad social.[...] Desde el momento en que se eclipsa el imperativo de la indumentaria dispendiosa, todas las formas, todos los estilos y todos los materiales cobran legitimidad como moda: el desaliño, lo sucio, lo desgarrado, lo descosido, lo descuidado, lo usado, hasta el momento estrictamente excluidos, se incorporan al campo de la moda."*⁸

En la moda, las nuevas propuestas de los diseñadores se mostraban en las pasarelas. Eran acontecimientos muy importantes ya que de ahí nacían las nuevas tendencias, y los más interesados en la moda, asistían o compraban las revistas de moda para saber lo que se llevaba o no. Sin embargo, con el paso del tiempo, las pasarelas han evolucionado y hoy en día, en los desfiles se presentan colecciones que traspasarían el límite, llegando a la performance, con vestimenta, calzados y modelos que no parecen adecuarse a lo que es el día a día [im.XIV]. La moda debe ser compatible con las crisis económicas y con la vida práctica. Estas consideraciones junto al individualismo que fomenta el estilismo entre las personas corrientes, hacen que la mejor pasarela esté en la calle. De ahí, la importancia del streetstyle [im. XI, XIII] y lo que ha creado. Ahora, no solo las nuevas tendencias se encuentran en la pasarela, sino en la misma calle por modelos totalmente anónimos y corrientes, y como dice Paul Yonnet:

*"Hoy, el estilista y creador..., busca la moda en la moda".*⁹



[im. XIII] Street style. Look deportivo con bucket hat.
Tendencia actual.

Con la libertad de elección de la moda, cada persona puede ser su propia estilista y escoger su look según sus características físicas y de acuerdo con su filosofía de vida y ética. Aunque esta individualización, a veces, en vez de ser personal, se traspasa a un grupo de individuos, normalmente de gente joven. Por ejemplo, las tribus urbanas siguen unas marcas, unos códigos de vestimenta que crean una uniformidad entre sus integrantes y pasa a ser un recurso para algunos individuos para reforzar su identidad y gusto personal, tal y como explica Jorge Simmel: *"La moda es un fenómeno constante en la historia de nuestra especie. La moda es imitación de un modelo dado, y satisface así la necesidad de apoyarse en la sociedad, conduce al individuo por la vía que todos llevan, y crea un módulo general que reduce la conducta de cada uno a mero ejemplo de una regla pero no menos satisface la necesidad de distinguirse, la tendencia a la diferenciación, a cambiar y destacarse"*.¹⁰

La globalización se encarga de mezclar culturas y estilos y es curioso que un rasgo de la moda actual tan ligada a la universalización sea su individualización. Parece que ante una posible homogeneización, las personas quieren diferenciarse y destacar en cierto modo, como decía Yves Saint-Laurent:

*"La gente ya no desea ser elegante, quiere seducir".*¹¹

La arquitectura también es víctima de esta situación donde no hay una sola corriente, sino distintos objetivos y maneras de hacer arquitectura, donde cada arquitecto busca su manera. Ya no se habla de grupos de arquitectos que se reúnen para comentar que aspectos de la arquitectura se podrían mejorar, que se comprometían con el cambio y creaban nueva arquitectura, como hacía El Team X. Este es un ejemplo de estas asociaciones de arquitectos, donde exponían y discutían sobre los problemas arquitectónicos, y que luego publicaban sus ideas como en el Manifiesto de Doom. Pese a ser un grupo, cada arquitecto construía su obra aportando su punto de vista, pero sí que se percibía una unidad, una tendencia que compartían las obras de distintos arquitectos. Sin embargo, la arquitectura también ha llegado al punto de disparidad total, donde no hay una tendencia general y se pueden apreciar obras coetáneas pero con principios totalmente dispares.

8 - Gilles Liptovetsky, *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*, trad. de Felipe Hernández y Carmen López (Barcelona: Editorial Anagrama S.A., 1990), 135.

9 - Paul Yonnet, *Juegos, modas y masas*, (Barcelona: Gedisa, 1988).

10- Jorge Simmel, "Filosofía de la moda" *Revista de Occidente*, no.1 (1923): 45. file:///C:/Users/user/Downloads/Dialnet-ReflexionesEnTornoALaMo-da-5737776.pdf pg 6

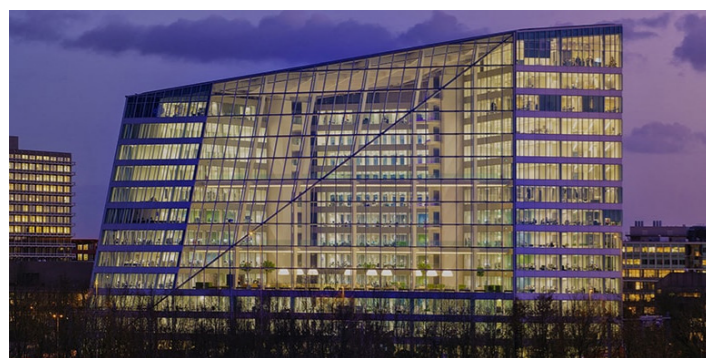
11- Liptovetsky, *Imperio de lo efímero*, 136.



[im. XIV]
Primavera Verano 2020
Moschino

Podemos encontrar arquitectura inteligente, como el edificio *The Edge* en Ámsterdam [im. XV], la arquitectura de Shigeru Ban [im. XVI], que investiga la construcción con materiales poco asemejados a la construcción como el cartón o por ejemplo, la arquitectura 'estrella' como el Burj Khalifa. Puede que en la arquitectura del siglo actual haya rasgos comunes como la utilización de recursos de alta tecnología, materiales nuevos, preocupación por la sostenibilidad, el progreso... pero pese a ello, la arquitectura, al igual que la moda, no hay un estilo dominante.

La globalización es una gran culpable de la difuminación de costumbres y fronteras geográficas. Si un día París fue el centro de la moda, ahora tiene que compartir protagonismo con ciudades en coordenadas totalmente opuestas como Nueva York, Tokio, Ámsterdam, Milán... Y en la arquitectura, el minimalismo de Japón, sirve de inspiración a arquitectos de todos los continentes. Esta inmediatez de difusión y conocimiento es gracias a la evolución de los medios de comunicación, que conlleva a implicaciones sociales, como dice Gabriel Alconchel: "Los avances tecnológicos siempre deslumbran. [...] Es una revolución tecnosocial, un cambio brusco en las formas en la que las personas se relacionan desde todos los puntos de vista. [...] Es un hábito y una transformación que conduce a nuevas reglas de comportamiento. Las tecnologías se han instaurado como referentes fundamentales en el tiempo libre y el ocio, y correlativamente en el espacio del consumo juvenil. Y nos ilustran como ningún avance tecnológico hasta el presente ha cambiado tan profundamente los hábitos y comportamientos humanos".¹²



[im. XV] *The Edge*. Ámsterdam, Holanda. PLP Architectura (2015). Edificio con nuevos estándares de diseño de oficinas, incluyendo la sostenibilidad, tecnología, diseño de lugar de trabajo, estructura e ingeniería de fachada.

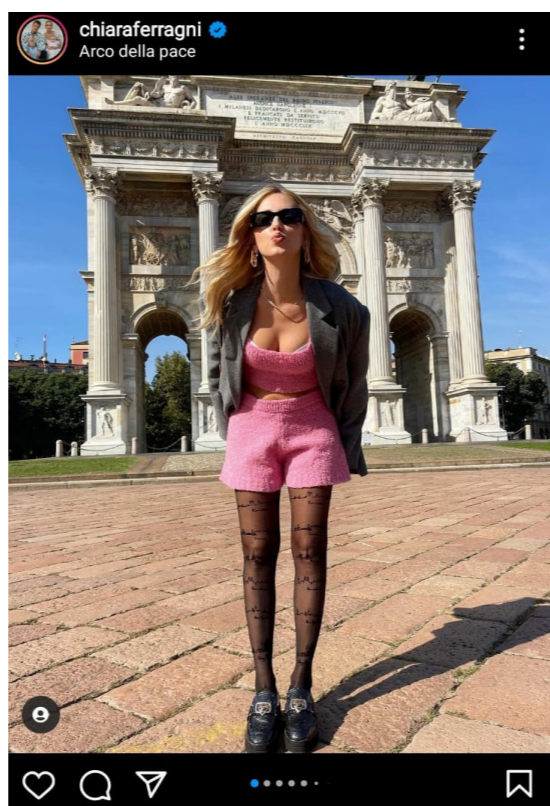


[im. XVI] *Catedral de cartón*. Christchurch, Nueva Zelanda. Shigeru Ban (2013). Catedral temporal tras la devastación de un terremoto. Estructura simple compuesta de tubos de papel para la cubierta y contenedores para capillas y almacenaje.

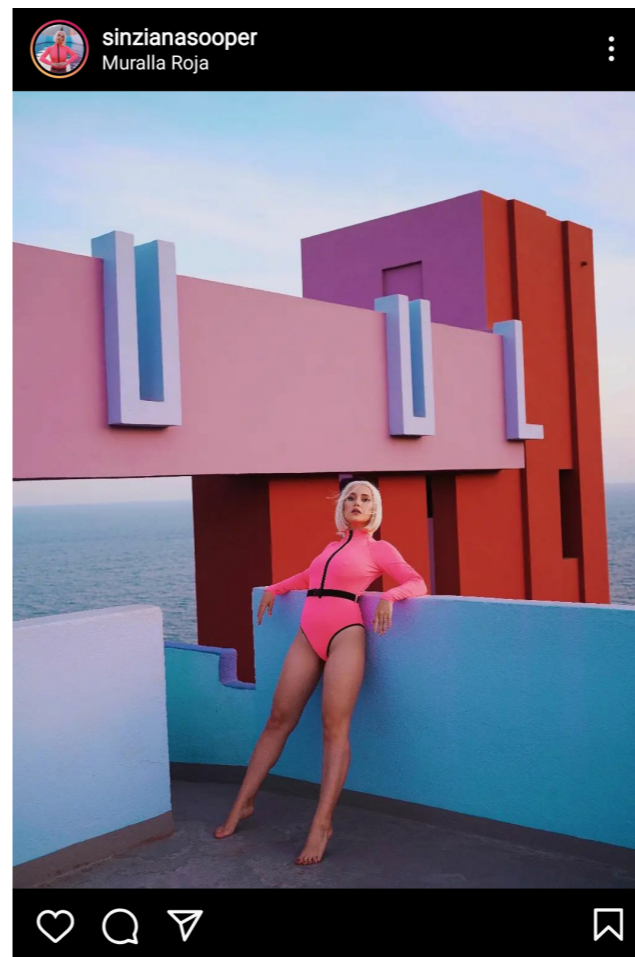
Tanto en la moda como en la arquitectura, los medios de comunicación han sufrido un cambio de director; se ha pasado de revistas como *Vogue*, *Harpers Bazaar* o *Arts & Architecture*, una difusión en papel a una difusión telemática e Internet, atraída por la evolución informática de las últimas décadas.

En la moda, este cambio ha sido mucho más influyente que en la arquitectura por su cercanía al interés público. Internet abrió la puerta a los 'bloggers' y actualmente más común, a los 'instagramers' o 'influencers'. Ha llegado hasta tal punto que a veces es considerado como una profesión que incluso hay formaciones académicas para ello. Es indudable que esto ha transformado bastante a moda y quiénes son sus dirigentes. Además, de un cambio de medios y dirigentes, Giorgio Riello nos expone los nuevos consumidores: "En un mundo cada vez más dinámico socialmente se asiste, sin embargo, al surgimiento de una franja nueva de consumidores: los jóvenes. En el transcurso de los últimos cincuenta años, ellos han sustituido a la consumidora adinerada en el papel de consumidor modelo"⁶.

A este fenómeno ha contribuido la aparición del 'streetstyle', ya antes mencionado, que ha desplazado la atención de las pasarelas a las calles y las redes que lo muestran. Las grandes casas de moda ya no llevan todo el control y los periodistas y profesionales con una formación, están amenazados con estos nuevos trabajadores de las redes.



[im. XVII] Influencer Chiara Ferragni. Los diseñadores invitan al front row de sus pasarelas y le regalan prendas para que las publicite.



[im. XVIII]

[im. XIX] Café Yeonnamdong, Corea del Sur. Ofrece la experiencia de estar dentro de un dibujo. Muchos espacios gastronómicos y tiendas apuestan por la creación de un espacio muy diferente al habitual como estrategia de diferenciarse y llamar la atención de la clientela. Así, la curiosidad de visitar el espacio tiene más valor que lo que se vende.



[im. XX] [im. XVIII] Fotografías de Instagram en la Muralla Roja de Bofil en Calpe. Es uno de los edificios más fotografiados y popular en las redes sociales. Este edificio construido antes del boom de las redes sociales, se ha revalorizado al tener tal atractivo para las fotos.



Algunas marcas de moda cuentan con estos nuevos profesionales para su marketing, ya que gracias a su forma de publicitar los productos, sus imagen y sus seguidores puede resultar más útil que por medio del a prensa convencional [im. XVII]. La moda ha notado la masiva incorporación de los nuevos medios de difusión y los ha incorporado, tal como apunta Mónica Codina: "El problema no radica en el cambio, ni en que el instrumento de comunicación por excelencia sea la palabra o la imagen, sino en los contenidos que integran las acciones de comunicación, en la capacidad para la reflexión o en el incremento del movimiento de superficie. Si el mundo habla hoy a través de nuevas formas de lenguaje, es necesario aprender a leerlas y a hablar por medio de ellas".¹³

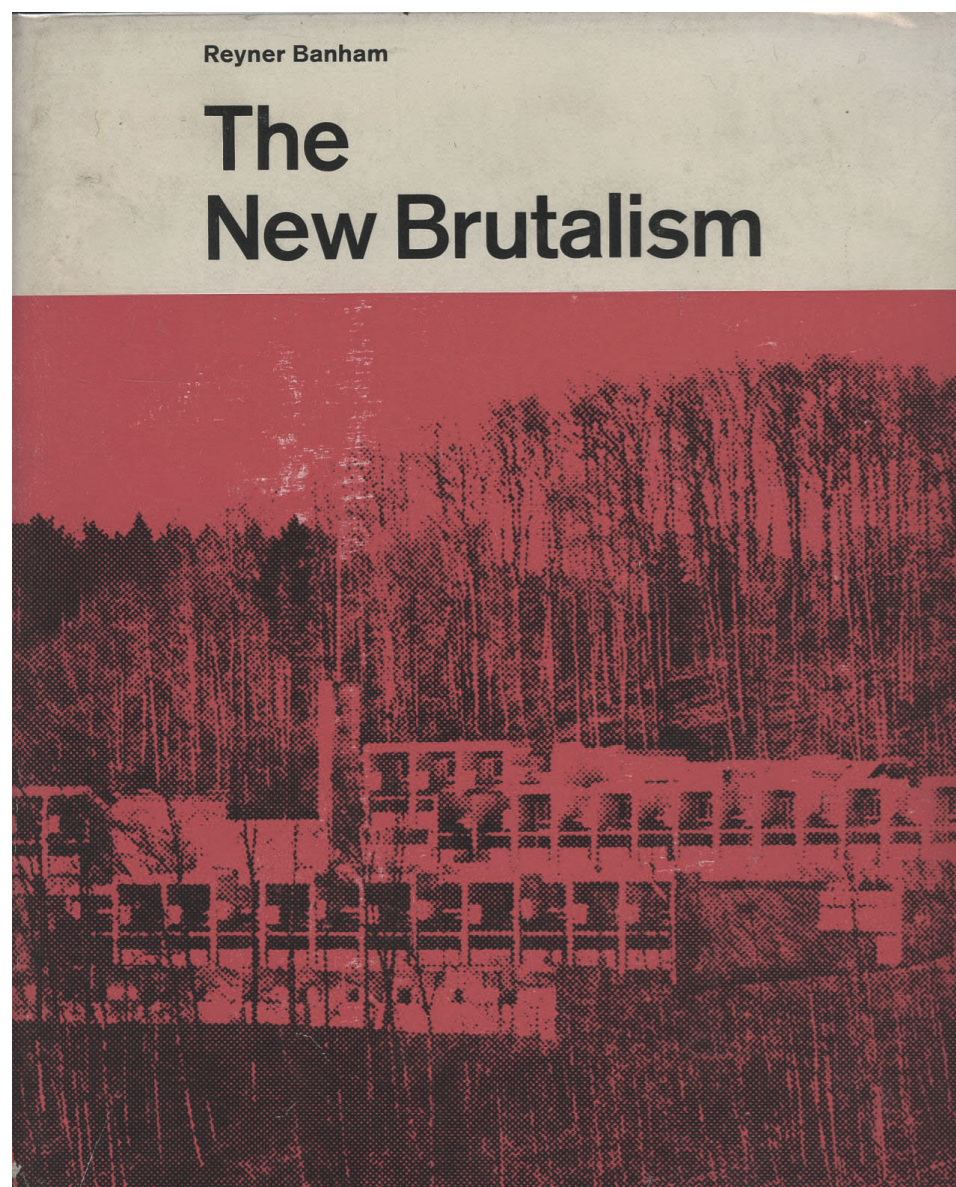
La gran difusión de la moda está al alcance de cualquier dispositivo, y esto conlleva a una moda más accesible y más directa, ya que las firmas establecen un contacto más directo con los clientes a través de las redes. Esta velocidad ayuda al 'fast-fashion' y facilita a que la sociedad sea más y más consumista y no se valore las prendas por lo que son sino por llevar lo último en las redes y publicarlo en ellas. Ese valor de un fondo de armario, una prenda joya o el típico traje que dura años y años como el de nuestras abuelas pasará a ser una simple anécdota.

Es indudable que Instagram es hoy en día un nuevo medio de difusión y uno de los principales entre las nuevas generaciones que ya empiezan a publicar sus fotos con fondos atractivos entre los que se presta atención a la arquitectura que ayuda a potenciar el 'post' [im. XVIII, XIX, XX]. Tanto en esta red social como los medios en general, ocurre un constante bombardeo de imágenes que hemos llegado a normalizar y solo nos detenemos en la que más nos llame la atención. Esto causa una gran competición en las marcas para captar la atención del público ya que tienen que mostrar una estética llamativa pero a la vez que muestre en menos de un segundo el mensaje de la marca, pero sin caer en la banalidad. Esta actitud recuerda a la cita de Víctor López Coteló respecto a la arquitectura: "Un edificio tiene que luchar por ser auténtico -explica el arquitecto López Coteló-. Lo auténtico es diferente porque es escaso. Pero no por ser raro se es diferente. Raros hay ya muchos y todos terminan por ser iguales. Las arquitecturas en las que el autor está presente en cada esquina me parecen insoportables".¹⁵

Las firmas tienen un instante para captar la atención por lo que algunas juegan con el escenario. Si la prenda no es lo suficientemente llamativa, la escenografía puede lograr la expresividad que el modelo por sí mismo no obtendría. Este motivo puede ser una razón por las que varias firmas han optado por un fondo brutalista, que recuerda a la idea de 'memorabilidad como imagen' de Banham. El Brutalismo ha vuelto a ser tendencia, y puede que las firmas de moda hayan detectado esta nueva moda, y la han incorporado.

12- Gabriel Alconchel, "Subculturas en la red: identidad y juventud". *Revista de Humanidades*, n. 25 (2015): 132.
13- Giorgio Riello, *Breve historia de la moda. Desde la Edad Media hasta la actualidad*, trad. de Cristina Zelich (Barcelona: Editorial GG, 2016), 129
14- Mónica Codina, "Crear moda, hacer cultura", *Ars Brevis: anuario de la Càtedra Ramon Llull Blanquerna*, no.10 (2004): 61.
15- Véase la nota 3.

3.2. Interés renovado por el BRUTALISMO



[im. XXI]
Portada libro *The New Brutalism*, escrito por Reyner Banham en 1966.

Un movimiento que surgió después de la Segunda Guerra Mundial, ha vuelto después de cincuenta años. El Brutalismo nació en Inglaterra para la reconstrucción de las zonas bombardeadas y dañadas por los estragos de la guerra. La reconstrucción social de posguerra creó dos leyes muy importantes: la ley de educación de 1944 que amplió la enseñanza obligatoria hasta los 15 años y la ley de nuevas ciudades de 1946¹⁶. Era urgente la construcción de vivienda y escuelas, y por esa presión de construcción, la estética pasó a un segundo plano, y se priorizaba la rapidez y la economía. Un grupo de jóvenes arquitectos querían corregir la arquitectura del momento, estaban en contra del actual Movimiento Moderno. Fue cuando el Nuevo Brutalismo comenzó.

La ligereza y planeidad del Movimiento Moderno estaba siendo criticada, como también el Estilo Internacional. Algunos de los protagonistas de esta arquitectura brutalista son, por ejemplo, Alison y Peter Smeeth, que pertenecían al Team 10, pero no estaban conformes sobre cómo se estaba llevando a cabo la arquitectura del momento. Theo Crosby¹⁷ refleja en su libro esa disconformidad con la posición que tomó el Team X en el décimo congreso del CIAM en Drubrovnik:

“el método de análisis de los proyectos, fue enfocado respecto a las relaciones humanas más que a una organización funcional, marcando una ruptura en el pensamiento arquitectónico”.¹⁸

En Suiza, unos arquitectos construyeron en Uppsala una casa con la que Asplund describió como Nuevo Brutalismo y de ahí surgió el término.

“En enero de 1950, yo compartía estudio con mis estimados colegas Bengt Edman y Lennart Holm. Estos arquitectos estaban diseñando por entonces una casa en Uppsala. Observando sus dibujos les llamé, en un tono levemente sarcástico, ‘neobrutalistas’ (forma sueca de ‘nuevos brutalistas’). El verano siguiente, en una fiesta con algunos amigos ingleses – entre los que se encontraban Michael Ventris, Oliver Cox y Graeme Shankland-, el término se mencionó en tono jocoso. Cuando visité a estos mismos amigos en Londres el año pasado, me dijeron que se habían llevado la palabra de vuelta a Inglaterra, que se había extendido como un reguero de pólvora y que, de un modo algo asombroso, había sido adoptada por cierta facción de los arquitectos jóvenes ingleses”.¹⁹

16-Kenneth Frampton, *Historia crítica de la arquitectura moderna*, (Londres: Thames and Hudson Ltd., 1980), 266.

17-Theo Crosby (1925-1994) fue un arquitecto, editor, escritor y escultor, comprometido con los principales desarrollos del diseño. También fue uno de los primeros críticos del urbanismo moderno.

18-Reyner Banham, *The New Brutalism: Ethic or Aesthetic*, trad. propia (Londres: Architectural Press, 1966), 71.

19-Véase la nota 16.

El Nuevo Brutalismo fue un movimiento que no tuvo un manifiesto, un documento fundacional, ni siquiera una declaración de intenciones inicial (a diferencia de los otros -ismos). Lo único a lo que se podría asimilar como referencia a estos documentos, sería el libro de Banham: *“New Brutalism: Ethic or Aesthetic”*, de 1966. Gracias a este libro, el término ganó relevancia internacional y es donde se exponen los tres principios del Brutalismo:

- Legibilidad formal del proyecto
- Exposición clara de la estructura
- Valoración de los materiales por sus cualidades inherentes “as found”²⁰

Aunque posteriormente, la primera característica fue reformulada y cambiada a ‘memorabilidad como imagen’. La palabra «imagen» es de las más difíciles de tratar. Parece ser que describe todo y nada. Requiere que el edificio sea una entidad visual inmediatamente aprehensible y que la forma captada por el ojo resulte confirmada por la experiencia en el uso real, es decir, que la forma se adecúe enteramente a las funciones y materiales del edificio en su totalidad. Pero además de cumplir estos requisitos, la exigencia de que la forma sea aprehensible y memorable es lo que hace de un edificio una gran obra de arquitectura²¹. Banham también dice que una imagen es algo que al ser visto, afecta a las emociones, frase que reafirma Le Corbusier:

“El arte está aquí. [...] Con las materias primas, un programa más o menos utilitario que habéis superado, habéis establecido relaciones que me han conmovido. Esto es arquitectura”.²²

Además, este concepto es interesante ya que en ese momento la imagen fotográfica era considerada como un artefacto por sí mismo y el fotógrafo Irving Penn valora la fotografía como Le Corbusier la arquitectura:

“una buena fotografía es aquella que cuenta algo, toca el corazón y cambia al espectador después de haberla visto”.²³

Muy pocas obras expresan el Brutalismo de una manera muy ajustada y meticulosa sobre lo que Banham manifestó. Sin embargo, estas tres obras que se van a explicar a continuación, reúnen los principales rasgos de este movimiento arquitectónico.

20-Pere Hereu, Josep María Montaner y Jordi Oliveras, *Textos de Arquitectura de la modernidad*, (San Sebastián: Editorial Nerea, S.A., 2013), 306-308

21-María Teresa Valcarce Labrador, “El Nuevo Brutalismo: una aproximación y una bibliografía”, *Cuaderno de notas*, no. 7 (1999): 137 http://composicion.aq.upm.es/webcnotas/pdfs/CN7_6_Nuevo%20brutalismo%20L.pdf 4

22-Le Corbusier, *Vers une architecture*, trad. propia, (Paris: Éditions G. Crès et Cie., 1923), 123.

23-“Irving Penn: Fotógrafo”, *Vogue*, Recuperado el 2 julio 2021, <https://bibliografia.co/estilo-chicago/fuentes-web-youtube-podcast-pagina-web-facebook-twitter/>

24-Diccionario de la lengua española, 23ª ed., s.v. “bruto”.

25-Bruno Zevi, *Espacios de la Arquitectura Moderna* (Buenos Aires: Editorial Poseidón, 1980), 403.

26-Le Corbusier, *Vers une architecture*, 121.

El primer representante es *L'UNITÉ D'HABITATION* (Marsella, Francia. 1947-52), edificio que el propio arquitecto, Le Corbusier, describió como *‘Béton Brut’*. Era el edificio más grande en Europa con tanta importancia y era el primer edificio de posguerra con innovaciones lejanas del Movimiento Moderno antes del 1939.

En este edificio de Marsella, entre sus virtudes, destaca el uso que hace del hormigón. Él rechaza la idea del hormigón asociado a la ‘era de las máquinas’ que se tenía que cubrir con escayola o pintura su aspereza e inexactitud, y que además incluía una mano de obra cualificada con la que no siempre se obtenía el resultado deseado. Le Corbusier eliminó los pulimentos dejando un acabado tosco, generando una ruptura conceptual y estética con los principios desarrollados hasta el momento por el movimiento moderno. La definición del adjetivo ‘bruto’ consta de primeras como algo negativo –torpe, necio, salvaje o bestia²⁴. Pero en el ámbito de la arquitectura, según Zevi, obtenemos esta definición: *“se entiende por materias brutas la presentación auténtica, casi arrogante, no solo del cemento, del vidrio, del acero, de los ladrillos, sino también de los hilos eléctricos y de las tuberías de los planteamientos de tal forma que el edificio declare exactamente cómo es y qué es, sin diagramas formales, incluso con sanguínea rudez y polémica abstinencia de cualquier acabado grato”*.²⁵ Estas dos definiciones crean un aspecto negativo del concepto ‘bruto’. Sin embargo, Le Corbusier le ve lo poético que tiene esta forma de tratar los materiales tal y como dice: *“La arquitectura a partir de materias brutas, establece discursos conmovedores”*.²⁶

Por primera vez se propone una arquitectura que contempla la imperfección como elemento de diseño. Se genera entonces un nuevo lenguaje revolucionario, con implicaciones más profundas que las simplemente texturales y estéticas. Elementos que tradicionalmente tenían asociados determinados materiales, se reinterpretan para cristalizarse en hormigón, tales como escaleras, barandillas, muros o juegos de niños. Estas superficies con imperfecciones no se revestían de otro material o con algún otro acabado más perfecto, para así mostrar esa sinceridad constructiva. Además, al mostrar el material tal cual, él mismo podía contar un poco sobre su proceso constructivo como en el caso del hormigón, que se mostraba el tipo de encofrado que había experimentado o si fue transportado y colocado ahí en bloques o placas.

El Brutalismo fue la imagen del Estado de Bienestar en Inglaterra cuando se introdujo en 1945. El hecho de reconstruir lo demolido por la guerra, hacía del hormigón un material muy adecuado para ello, siendo el material empleado por excelencia en el brutalismo. Le Corbusier estableció el concepto de claridad constructiva de una forma sugerente, antes de que Banham publicara su artículo. Es cierto, que el Movimiento Moderno predicó la sinceridad de los materiales, pero se entendía de una manera superficial, aceptando revestimientos, envolventes o pinturas.

El Brutalismo no busca la estética, sino la recreación en el material, obteniendo una estética como resultado. Por tanto, establecer como un principio del Brutalismo es un error, ya que esa es un resultado de la aplicación de conceptos teóricos y artísticos más profundos.

Otro ejemplo sería *LA ESCUELA DE HUNSTANTON* (Norfolk, Inglaterra. 1949-54), proyecto de los arquitectos pioneros del Brutalismo, Los Smithsons. Esta escuela junto a la casa Soho (de los mismos arquitectos), sirven como puntos de referencia arquitectónica con los que definir el Nuevo Brutalismo.

Ambas tienen plantas formales y axiales; de hecho, Hunstanton tiene una simetría biaxial y el pequeño bloque del gimnasio a un lado de la escuela es una especie de ejemplo, en pequeño grado, del formalismo que debía haber alcanzado el esquema completo- y este formalismo es inmediatamente perceptible desde fuera. Ambos exteriorizan su estructura fundamental y en ambos se considera importante la exhibición de sus materiales - de hecho este énfasis en la estructura básica es tan obsesivo, que muchos críticos superficiales han tomado este aspecto por la totalidad de la arquitectura del Nuevo Brutalismo. A pesar de cuanto se ha dicho sobre la honestidad en el uso de materiales, la mayoría de los edificios modernos parecen estar realizados con técnicas de encalado y acristalamientos, aun cuando están contruidos con hormigón o acero. Hunstanton parece estar hecho de cristal, ladrillo, acero y hormigón y está hecho, en realidad, de cristal, ladrillos, acero y hormigón. El agua y la electricidad no salen de inexplicables agujeros en la pared sino que son conducidos a través de tubos visibles y conductos a la vista hasta el punto donde se utilizan. Se puede ver de qué está hecho Hunstanton y cómo funciona y no hay nada más que ver, excepto el juego de espacios²⁷. Recordando la definición de materias brutas para Zevi, este sería el perfecto ejemplo para él.

La escuela de Hunstanton no tiene la monumentalidad que tenían otros edificios como la *Galería de Arte* en Yale, de Kahn, pero sí mantiene ese aprecio por la tecnología y lo artesano y su legibilidad. Sin embargo, la *Galería de Arte de la Universidad de Yale*, de Louis Kahn, es un ejemplo de cuando el Brutalismo empieza a adquirir un aire de monumentalidad pero empieza a abandonar la legibilidad de la planta por un afán de impresionar y dejar una imagen inolvidable.

Y por último, otro proyecto de Los Smithsons que para muchos como Banham o Charles Jencks, es de los ejemplos más importantes del Brutalismo y además fue instrumental para el diseño de Park Hill en Sheffield. Este ejemplo es una crítica a los problemas de la sociedad de producción en masa. Además, en un artículo sobre este proyecto, los Smithson defienden su papel como líderes del movimiento: *“la nueva estética empieza de nuevo con vida y con amor por los materiales. Intenta reunir la verdadera naturaleza de los materiales y técnicas con las que se juntan y, de manera totalmente natural, establecer una unidad entre la forma construida y quien la usa”*.²⁸

Los Smithsons con su obra de *GOLDEN LANE* (Londres, Inglaterra. 1952) demuestran la influencia de Le Corbusier y además mejoran algunos aspectos como las calles interiores de *L'Unité* y las sacan fuera creando las *'Street-deck'*-unos pasillos exteriores que hacían de calles. Además, se ve una preocupación por la mejora de calidad de vida y compromiso social. Esta idea de hacer el edificio más urbano, crea el lugar de reunión, comunicación, juego, y por ello estas calles exteriores eran tan importantes social y psicológicamente. Todas las partes del proyecto huían de la abundancia y de ser algo pintoresco. En todas ellas estaba el rigor y la fuerza de la estructura y función. Además, con estas calles intentaron conectar todo y en ausencia de estética visual, se compensaba con esa conexión de circulación. Estos arquitectos, apoyaban ideas como 'identidad, lugar, grupo' en oposición a la 'universalidad' que es lo que apoyaba el CIAM²⁹. Ellos construían para un lugar en un tiempo determinado, como muestran en la siguiente cita además de mostrar su enfoque sobre el Brutalismo.

“Para nosotros Brutalismo significa directo; para otros acabó siendo sinónimo de tosco, grosero, sobredimensionado, significaba utilización de jácenas tres veces mayores de lo necesario. Brutalismo era lo contrario, era lo preciso para adaptarse a la nueva situación, tal como se adaptó la obra de Kahn en Yale. Y eso no era tosco, ni grosero ni sobredimensionado”.³⁰

28-Alison y Peter Smithsons, “The Built world: Urban Reidentification”, *Architectural Design* (Junio 1955): 185. https://www.researchgate.net/figure/Alison-and-Peter-Smithsons-Urban-Reidentification-Architectural-Design-June-1955_fig2_263370813

29-Charles Jencks, *Modern Movements in Architecture* (Londres: Penguin Art & Architecture, 1973), 239-245.

30-Marco Vidotto, *Alison + Peter Smithsons: Obras y proyectos* (Barcelona: Editorial GG, 1997), 14.

El término 'Brutalismo' podía haber muerto en la década de los 50, ya que con el boom de la construcción no había tiempo para escribir sobre la teoría de la arquitectura. Pero fue gracias al libro en 1966 *'The New Brutalism: Ethic or Aesthetic'* de Reyner Banham, que aseguró su continuidad como un término estilístico para los edificios de los años 60-70.³¹

Sin embargo, con la llegada de la década 1980, el Brutalismo cayó en desgracia. Su naturaleza fría era asociada al totalitarismo. Además, algunas construcciones se deterioraron con el paso del tiempo, como se puede ver en el hormigón. El escritor británico Anthony Daniels, cuenta en un artículo el rechazo que tiene a esta manera de construir con hormigón y culpa a Le Corbusier por impulsarla. Él comenta que el hormigón *“no envejece agradadamente, se desmorona, se mancha y se deteriora”* y no solo critica al hormigón, sino también a lo que supone el edificio en sí: *“un solo edificio de estos, uno inspirado por él, podría arruinar la armonía de una ciudad entera”*.³² Este desánimo frente a las construcciones brutalistas de hormigón es lo que impulsa a que se vayan demoliendo más y más.

Afortunadamente, hay un gran número de personas que sí que están interesadas en esta arquitectura y se dedican a luchar por su preservación como la asociación creada por Oliver Elser, comisario del Museo Alemán de Arquitectura en Francfort del Meno, quien creó la campaña *#SOS Brutalism'* junto con la revista *Uncube-Magazine*. Él cree: *“No hay nada falso en estos edificios. Ellos muestran su material, ya sea hormigón, ladrillo o acero, de forma pura y abierta. Aquí nada es hueco, como aquellas fachadas de aislamiento térmico de hoy en día. Aquí no hay nada disfrazado, refinado o pulido. Esta arquitectura se encuentra en la mitad misma de la vida”*.³³ Esta visión que tiene de la arquitectura brutalista es lo que le hace seguir adelante con el proyecto. Se quiere crear entusiasmo y que la gente aprecie estos testigos del estilo y además, Elser cree que ningún otro estilo ha tenido más fans que este.

Además de campañas, los curiosos de la fotografía se dedican a ir en busca de estos edificios y fotografiarlos. Algo de esta arquitectura les ha despertado esa curiosidad y van tras ella, para capturar esos edificios y publicarlos. En la red social Instagram, es fácil encontrar cuentas dedicadas a la fotografía de estos edificios como *'newbrutalism'*, *'brutal_architecture'*, *'brutgroup'*. A parte de ver Brutalismo en estas cuentas dedicadas a fotografiar esta arquitectura, se puede encontrar en perfiles de gente cotidiana, que han decidido publicar una imagen suya con esta arquitectura de fondo, para que la publicación sea más impactante y consiga más 'me gustas'.

31-Barbanas Calder, *Raw Concrete: The Beauty of Brutalism* (Londres: Cornerstone UK, 2016), 6-19.

32-Theodore Dalrymple, “Le Corbusier's baleful influence: The Architect as Totalitarian”, *City Journal* (Otoño 2009), <https://www.city-journal.org/html/architect-totalitarian-13246.html>

33-Elisabeth Schwiontek, “De Regreso al Hormigón”, *Goethe institut* (enero 2017), <https://www.goethe.de/ins/es/es/kul/mag/20908470.html>

34-Véase la nota 22.

Simplemente con ojear Instagram, vemos que el Brutalismo llama la atención tanto a curiosos de la fotografía y arquitectura como a no profesionales que ni siquiera sepan ni de qué época ni estilo arquitectónico son los edificios con los que se toman una foto.

El Brutalismo despierta una curiosidad en los espectadores, que refuerza la idea de “imagen” de Banham. Para él, una imagen es algo que al ser visto, afecta a las emociones. Si tomamos las ideas de Banham e Irving como respuesta al porqué el brutalismo despierta curiosidad y llama la atención, afirmaríamos que es una cuestión de estética. Sin embargo, al retomar la campaña de *#SOSBrutalism*, vemos que a Elser, le ha conmovido la cuestión ética de mostrar la verdad de los materiales y la sinceridad con la que se ha construido.

Este estilo de arquitectura, también ha despertado curiosidad en el mundo de la moda, más en concreto, en los reportajes fotográficos de esta última década. Ellos muestran que la arquitectura ofrece los escenarios brutalistas, para mostrar los diseños de las firmas. La moda como la arquitectura es una disciplina que expresa unas ideas que se formalizan dando como resultado una estética.

Es interesante analizar la tendencia brutalista actual en el mundo de la moda ya que engloba los dos intereses comentados: el estilo brutalista y la estética. En la moda además, se refleja el aspecto fotográfico y los intereses del público. Se decide de analizar el brutalismo en los reportajes fotográficos de moda porque se ve qué “uso” tiene esta arquitectura hoy en día en un campo no especializado en ella, y así ver qué aspectos de esta corriente sobreviven. Además, la moda al ser una disciplina afín a la arquitectura, ofrece la posibilidad de compaginarse en muchos aspectos movidos por el estilo o la estética, como veremos en los casos de estudio.

3.3. BRUTALISMO en la MODA



[im. XXII]
Fall 2017 Menswear
Thom Browne

El mundo de la moda ha integrado en la última década el Brutalismo, un movimiento que consta de una ética que conforma una estética.

Esta arquitectura comenzó siendo una ética, un movimiento con cierto compromiso social, con una postura sincera ante los materiales y una forma de construir determinada por la situación precaria, entre otras características comentadas en el apartado anterior. Sin embargo, este movimiento arquitectónico movido por la ética terminó siendo solo estética. Es curioso que Banham, quien escribió el primer libro sobre el movimiento, no estuviese convencido de la estética; como dice en su libro:

*“No voy a negar de que no me seducía la estética del Brutalismo, pero su postura ética ligada a la tradición, la persistencia de la idea de relacionar todas las partes y materiales de un edificio según una moral – eso, para mí, es la continua aceptación del Nuevo Brutalismo”.*³⁵

La actitud crítica del Brutalismo, intentaba rescatar los auténticos principios que habían dado origen a la arquitectura moderna. Unas ideas en las que la modernidad no era tanto una cuestión de lenguaje sino más bien de actitud moral al enfrentarse a los problemas que plantea la sociedad en cada momento. Es decir, una cuestión de ética más que de estética.

Los Smithsons eran fieles defensores de la ética del Brutalismo, tal y como dicen en las discusiones de *“Thoughts in Progress”* de *Architectural Design*:

*“Cualquier discusión sobre el Brutalismo no comprenderá nada si no se tiene en consideración el intento del Brutalismo de ser objetivo sobre la ‘realidad’ - los objetivos culturales de la sociedad, sus preocupaciones y demás. El Brutalismo hace frente a la sociedad de producción en masa, y arrastrar una poesía tosca de las fuerzas ponderosas y confusas en juego. En lo que se ha discutido respecto al Brutalismo, su esencia es ética”.*³⁶

Los arquitectos de la época tenían la voluntad de romper con los principios anteriores y buscar una arquitectura que apele a la vida de la gente común.

Sin embargo, la moda a la hora de incorporar el brutalismo en sus prendas, presta más atención a crear una estética similar que se traduce en prendas de grandes dimensiones, de colores neutros o grises, formas escultóricas que no se ajustan al cuerpo con piezas superpuestas y muchas de ellas para ambos sexos.

35- Banham, *New Brutalism*, 134

36- Alison y Peter Smithsons, *“The New Brutalism”*, *Architectural Design* 27 (Abril 1957): 113. https://direct.mit.edu/octo/article-abstract/doi/10.1162/OCTO_a_00038/59154/The-New-Brutalism?redirectedFrom=PDF

Ahora bien, conociendo la historia del Brutalismo, comprenderíamos que la adaptación de esta arquitectura a las prendas, difiere totalmente de lo que es el movimiento arquitectónico. La moda copia la estética sin saber la razón de porqué se ha construido así. Uno de los principales ideales del Brutalismo era construir con lo necesario, sin excederse, ni ornamentar, simplemente que el material y los elementos del proyecto cumplan su función sin necesidad de ser adornados, pintados o pulidos. Un abrigo XXL, para un cuerpo de una talla S, no se ajusta, hay un exceso de material, sigue una estética “oversized” para seguir una tendencia sin fundamento ético. Thom Browne en su colección Fall17, recoge la idea de legibilidad constructiva plasmándola en prendas formadas por las piezas de patronaje superpuestas, creando un volumen ‘monumental’ [im. XXII]. Además, escoge un material de fieltro gris, que imita al hormigón, para transmitir esa tosquedad y aspereza del material de construcción. Sin embargo, bajo un juicio personal, las prendas de esta colección son aproximaciones de la estética. El concepto de legibilidad constructiva no contribuye a crear una prenda que se ajuste a su función, sino que se justifican los volúmenes y las formas de la prenda para crear una estética semejante al brutalismo. Y la elección del material sigue la misma estrategia que el patronaje, es decir, imita la estética, ya que el fieltro ha pasado unos tintes, y unos procesos químicos que alteran su condición natural.

El Brutalismo ha adquirido múltiples significados dependiendo del contexto geopolítico como se explica en el apartado anterior. En la colección de Rick Owens Fall 2012 [im. XIII], se muestra otro significado no comentado con una connotación más teatral. El diseñador expresa el brutalismo como algo austero, duro y violento quizás, para lograr una atmósfera en el desfile. A parte de seguir la estética de colores monocromos grises, destaca la presencia de unos pasamontañas en las cabezas de los modelos. Según el diseñador, este ‘ornamento’ es el velo del Brutalismo, asociado al ‘final’ del movimiento, aunque junto a la escenografía acompañada del fuego, recuerda a las distopías que se contextualizan en arquitectura brutalista.

El concepto brutalista de ‘Béton Brut’ en la moda, se queda reducido a unas prendas de tonos grises o neutros que imitan el hormigón [im. XIV]. No importa el bagaje que lleva ese término detrás, como la sinceridad del material. En la moda, se traduce en una prenda de algodón de color gris, que quiere imitar al color del hormigón, y es una prenda que ha sido tintada y el algodón ha perdido su color blanco o amarillo natural. Se hace una aproximación totalmente fijada en la estética de los edificios, pero no se profundiza en la ética del estilo, que es la que hace que tenga sentido las ideas del movimiento.

La arquitectura y la moda son dos disciplinas pero con funciones y escalas nada semejantes. Además, la relación que tienen con el hombre, hace que no se puedan traspasar literalmente conceptos de la arquitectura a la moda, como es el caso de los materiales “as found”, ya que si no se tratan por una serie de procesos químicos, no serían cómodos ni agradables al establecer contacto con la piel. Además, la moda es de por sí un mundo que se mueve por la estética, por lo que es difícil que muchos diseños no persigan una estética que sea fiel a una ética. Se persigue crear formas, texturas, colores que sean impactantes y creen una ‘imagen’ de la prenda memorable.

Sin embargo, cuando la moda se aproxima al brutalismo para los reportajes fotográficos, se pueden encontrar casos en los que la moda sí entiende el brutalismo. Comparten cuestiones que esa arquitectura defendía en los años 60, como veremos en los casos de estudio.



[im. XXIII]
Rick Owens
Ready to Wear 2014/15



[im. XIV]
Daniel Gregory Natale
Fall Winter 2016/17



[im. XXV]
ZESPA
L'Unité d'Habitation



[im. XXVI]
Prada
Casa Residencial



[im. XXVII]
Isabel Marant
Parking Double Hélice



[im. XXIX]
PAUSE
Barbican Centre

[im. XXVIII]
Pull & Pear y Umbro
London National Theatre



[im. XXXI]
PAUSE
Trellick Tower



[im. XXX]
HIGH
Barbican Centre

4. *Casos de Estudio*

El estilo brutalista se popularizó hace pocos años y muchas marcas y profesionales de la moda vieron en esta arquitectura amplias posibilidades para fotografiar e incluso inspirar sus colecciones. Como hemos comentado en el apartado anterior, la moda se acerca al brutalismo en los reportajes fotográficos a través de la estética pero si es posible, recata algunos temas de su ética. Por lo tanto, se van a agrupar los casos de estudio en conceptos más concretos del Brutalismo, algunos más arraigados a la estética y otros a la ética. Estos dos temas junto a otro que es primordial en el Brutalismo, el Béton Brut, se van a tratar transversalmente en los siguientes subapartados.

4.1. *'as found'*

Prada
Isabel Marant

4.4. *MÍMESIS con el ENTORNO*

Pull & Umbro
ZESPA

4.2. *compromiso SOCIAL y URBANO*

Pull and Bear & Umbro

4.3. *TEATRIZACIÓN*

PAUSE
Isabel Marant

HIGH

4.1. 'AS FOUND'



Lo pobre que

resalta el lujo

[im. XXXII] Prada
Casa Residencial

El Brutalismo tenía el propósito de reestructuración para las zonas bombardeadas y para las zonas que antes de la guerra estaban en muy malas condiciones, además de mejorar carreteras, separar las viviendas de zonas industriales y también de edificios públicos. Entre los 40 y 50, en el país británico, era urgente la construcción de vivienda y de escuelas por el baby boom que hubo al volver de la guerra. Por esa presión de construcción y la explicada anteriormente, la estética pasó a un segundo plano, y se priorizaba la rapidez y la economía.³⁷

Además, el término Béton Brut también toma protagonismo en el Brutalismo. Este concepto se asocia al Art Brut, término acuñado en 1945 por Jean Dubuffet para referirse al arte creado fuera de los límites de la cultura oficial. Incluye también al arte creado por gentes ajenas al mundo artístico sin una formación académica, y que responden a una fuerte motivación intrínseca y hacen uso de materiales y técnicas inéditos. Jean Dubuffet no creía en los cánones establecidos de belleza o de arte, y lo clasifica como cultura asfixiante que lo expresa así en 1968:

*“la belleza es pura secreción de la cultura como los cálculos lo son del riñón”.*³⁸

El artista no creía en la belleza comúnmente aceptada rompiendo todos los esquemas, gesto que también hizo Le Corbusier con el hormigón en *L'Unité d'Habitation* en Marsella. Rompió las normas establecidas y rescató su naturaleza, y dejó que ella fuese la protagonista. El hormigón deja atrás el recubrimiento del movimiento moderno, dejando expuestas sus imperfecciones, tosquedad, huellas de su proceso de colocación y fraguado...Se aprende a valorar las imperfecciones del material, su naturaleza.

Esto justifica una de las principales ideas del brutalismo: valoración de los materiales por sus cualidades inherentes “as found”.³⁹ A parte de la explicación en el apartado Béton Brut, de mostrar las cualidades naturales, también se justifica por el motivo económico. La opción de no recubrir las imperfecciones de los materiales, disminuye el coste de la obra, adaptándose así a la situación precaria del momento de posguerra.

Esta disconformidad con los cánones de belleza, se refleja en las subculturas sociales que ven la moda como “parte del proyecto de la cultura vigente a la que se oponen. El individuo, miembro de una determinada subcultura, no se define diciendo que



[im. XXXIII], [im. XXXIV]

Isabel Marant, *Parking Double Hélice*
La riqueza de las telas con distintos tejidos y colores, resaltan con el austero material del edificio.





[im. XXXV] Prada, *Casa Residencial*
Los tejidos amables y suaves de las
prendas se superponen ante la dura
huella del encofrado del hormigón.

‘está de moda’, sino que considera sus propias elecciones estéticas y de vestuario como parte de su identidad”.⁴⁰ Si el Team X o Le Corbusier hubiesen sido referentes en el mundo de la moda, habrían creado o formarían parte de una subcultura. Ellos también estaban disconformes con la arquitectura del momento, y de esa oposición algunos de sus integrantes fueron construyendo el Brutalismo.

Es irónico que en los comienzos de esta arquitectura, los ejemplos que ganaron más protagonismo empleaban el ladrillo, más que el hormigón para los muros. Un ejemplo sería en Hunstanton, donde el ladrillo y vidrio es la cara del cerramiento y no el hormigón. Pero más tarde, este material fue ganando protagonismo y fue uno de los principales materiales que empleaban los arquitectos que querían construir un edificio brutalista. Como hemos dicho antes, el Brutalismo nació con una ética pero murió –para algunos, o continuó solo con la estética. Por ello, el hormigón con sus texturas e imperfecciones es hoy en día para muchos la nueva cara estética de este estilo arquitectónico.

A continuación, veámoslo en los casos prácticos de Prada e Isabel Marant, cómo la moda se relaciona con el concepto de “as found”.

Prada fotografía su colección FALL 2014 en una casa de Belford Hills, Nueva York. El escenario es una vivienda residencial sin apenas información del arquitecto y del proyecto, pero ofrece un escenario brutalista perfecto para tratar este apartado. El hormigón, de color neutro, homogéneo es el fondo perfecto para que la firma juegue con sus telas al contraste. Recurso que también emplea la diseñadora Isabel Marant, para su colección FALL 2021 en el Parking *Double Hélice* a las afueras de París. Más que fotos de campaña, son fotos de un desfile virtual que se

hizo durante la pandemia. Sus telas, satinados, texturas y aplicaciones son la antítesis de la simpleza y austeridad del escenario circular de hormigón.

Ambas casas de moda son dos firmas de gran prestigio, y por tanto con precios poco asequibles. El lujo en la moda, aparte de reflejar la abundancia, como en sus enormes tiendas, promociones en el campo de la gastronomía, arte, arquitectura... se refleja también en los detalles y esa evocación de lo artesanal y exclusividad. Todos estos mensajes se tienen que transmitir en las imágenes de la campaña, por lo que ambas emplean la estrategia de la antítesis. Parece contradictorio, que para representar el lujo se elija un escenario brutalista, estilo el cual sus fines no eran crear una arquitectura exclusiva con los materiales de mayor calidad. Y es por eso mismo que es escogida en este caso, por el contraste que crea. Los estampados muy elaborados y coloridos acompañados por un juego de diferentes tipos de telas destacan con el fondo de hormigón, material muy homogéneo, monocromático y liso.

El único estampado de la arquitectura, por decirlo de alguna manera, sería la huella que deja el encofrado. Además, la marca quiere transmitir la idea de “limpio, impoluto y perfecto” contraponiendo sus prendas a las superficies de hormigón con humedades y muchas impurezas que dan la sensación de sucio, abandonado o descuidado, reflejado en la campaña de Prada.

Además, la fotografía enfatiza esta antítesis de pobreza y riqueza en los materiales. En las imágenes de campaña de Prada, se rebaja la saturación al fondo arquitectónico para que las prendas tengan mayor protagonismo. Como vemos, la intención del fotógrafo tiene un papel importante. A parte del tratamiento de la imagen, él toma planos de cerca donde no saca el conjunto de la arquitectura. La arquitectura es un escenario abstracto y eso es lo que se quería transmitir. Por eso la cámara no se aleja demasiado y captura los volúmenes geométricos circulares y rectos de la arquitectura resaltando la dureza de sus formas y líneas. Así, la arquitectura se convierte en simples volúmenes donde su simpleza geométrica y textura

cruda contrastan con las llamativas prendas, destacando su riqueza de textiles, estampados y colores. Esta actitud del fotógrafo de no buscar una representación fiel y completa de la realidad, recuerda a los pintores del Renacimiento o incluso, a los Egipcios. Para estos, no era importante la fiel representación de la realidad, sino hacer visible todo lo que consideraban relevante.⁴¹

En ambas firmas se refleja que el lujo de la moda emplea la austeridad del brutalismo para destacar esta antítesis de pobre-carro, empleando los materiales “as found” que aumentan el valor de las prendas superpuestas en las imágenes.

37- Véase la nota 31.

38- Miguel Calvo, “Art Brut: 1945”, *HA!*, (Enero 2015), <https://historia-arte.com/movimientos/art-brut>

39- Véase la nota 21.

40- Riello, *Breve Historia de la moda*, 150.

41- Jose María Falcón, “El espacio gráfico habitado: la Figura humana en la comunicación visual arquitectónica”, *Arquiteturarevista*, no.11 (Enero 2015): 32-33, <http://revistas.unisinos.br/index.php/arquitetura/article/view/arq.2015.111.04/4844>

4.2. *compromiso* SOCIAL y URBANO



[im. XXXVI] Umbro x Pull & Bear.
National Theatre

urbano, una extensión de la ciudad ya que para el arquitecto Lasdun, el proyecto era una parte indivisible de ella. El volumen del complejo se va descomponiendo y acoplándose de esa manera al entramado urbano. Los espacios de las terrazas son extensiones de la ciudad, lugares para reuniones y eventos comunales. Los “estratos” de Lasdun, nos recuerdan a los ‘streetdecks’ de los Smithsons, las calles exteriores en *Golden Lane*. Su monumental volumen masivo de hormigón recuerda al arquitecto suizo Le Corbusier, mientras que las terrazas en varios niveles recuerdan también, a los planos deslizantes de la Casa de la Cascada del americano Frank Lloyd Wright.

La intención de la campaña es transmitir una idea urbana, y en vez de fotografiarlo en la calle, escoge este edificio como representación de un ámbito urbano. Una vez entendida la voluntad urbana del arquitecto, comprendemos que es una extensión de la calle y las terrazas son un nuevo espacio urbano de interacción. Por lo que en la campaña, el espacio escogido del edificio sería una reinterpretación, con los estratos como calle, y los volúmenes de fondo, como los

Los Smithsons son los referentes del Brutalismo que se comprometen con las cuestiones de compromiso social y urbano para crear una mejora en la calidad de vida de las personas. Como se ha comentado en el apartado 3.2 *interés renovado por el Brutalismo*, se explica en la obra de *Golden Lane*, un ejemplo de los Smithsons donde mejoran aspectos de *L'Unité* de Le Corbusier – las calles interiores, para crear los ‘streets decks’ para replantear un edificio más urbano. Ellos no se preocupaban de la estética, ya que siguiendo los principios que ellos perseguían se iba conformando

una ‘imagen’. Al conectar el proyecto con las calles exteriores, compensaba la ausencia de estética la conexión de circulación.

Esa intención de mejorar la calidad y construir para una sociedad, lo recata el edificio *NATIONAL THEATRE* en Londres, empleado en el caso de estudio de Umbro x Pull & Bear. La decisión de tomar las fotografías en las terrazas del edificio no fue algo casual. El arquitecto ideó estos “estratos” como él las denomina, para crear espacios públicos para la interacción social. El edificio se creó como un proyecto



[im. XXXVII]
Umbro x Pull & Bear. *National Theatre*
Estampado ‘tartán’ en exaltación al origen británico de la marca. Nacionalidad que comparte con el Brutalismo, según Banham.

“El grupo predominante de arquitectos británicos del Team X era algo que reconocía que los arquitectos británicos aportaban una gran contribución [...]. Los orígenes del Brutalismo como “un movimiento” fueron británicos, hecho que fue reconocido en la referencia de Renato Pedio como “la tierra natal”.⁴²

Además, Banham ya se adjudica como “suyo” el estilo y por esa potestad que él se autoimpone, le pone su fin:

“al escribir este ‘envoi’, dejo claro que el hecho más grande e importante que ha aportado Inglaterra al Brutalismo, es que ha llegado a su fin”.⁴³

edificios. Umbro junto a Pull and Bear, recuerdan a través de la elección del escenario para sus fotografías, el compromiso social que los arquitectos transformaban en arquitectura para mejorar la calidad de vida de las personas. Por ello, la situación de la fotografía en los ‘estratos’ del teatro tiene cierta connotación ética del Brutalismo.

Además, esta campaña esconde otro aspecto del movimiento que encontramos en el libro de Banham, y es la exaltación de la nacionalidad del Brutalismo, a pesar de que no haya

un origen exacto de cuando nació esta arquitectura. Hay arquitectos que opinan que con Le Corbusier, otros con los Smithsons, luego tampoco se sabe si la ‘teoría’ fue a posteriori del primer ejemplo, como con la polémica de la casa *Soho* de los Smithsons o con la *Escuela de Hunstanton*. La verdad, es que el Brutalismo es bastante polémico pero fue Banham, que con su libro parece que puso un poco de orden y creó un libro que sería lo más parecido a un manifiesto o testigo de esta arquitectura. Además, se podría decir que lo apadrina, en el sentido de que apropia el Brutalismo a Inglaterra:

Banham, era un fiel defensor del nacionalismo británico del Brutalismo y el caso de estudio de Pull & Bear con Umbro refuerzan este espíritu británico. A pesar del origen español de Pull & Bear, Umbro es el principal motor del ambiente inglés. La marca inglesa, exalta ese nacionalismo a través de los estampados tartán, los colores rojos y azules y los logos con su propio nombre, ya que es una marca nacional deportiva reconocida por los británicos. [im. XXVII]

42-Banham, *New Brutalism*, trad. propia, 134.
43-ibid

4.2. TEATRALIZACIÓN



[im. XXXVIII]
Pull and Bear & Umbro. National Theatre

La arquitectura es un testigo de la historia que ha ido transformándose adoptando las características de cada época, estilo y lugar. Por ello, sirve muchas veces como referencia para ubicar la historia de una película en la línea del tiempo y mapa. Al igual que la arquitectura nos hace retroceder en el espacio tiempo, también nos crea universos de ficción. Dependiendo del uso y aplicación de sus materiales y formas poco usuales, crea mundos irreales donde poder contar cualquier historia. Esta gran herramienta ayuda al cine, a videoclips de música o a spots publicitarios a crear el contexto perfecto para reforzar la historia o mensaje que se quiera transmitir.

El Brutalismo, por su casi inexistente ornamentación se convierte en un perfecto telón de fondo. Sus superficies lisas y materialidad dan la capacidad de crear múltiples escenarios. Desde fondos abstractos, donde la arquitectura pasa a ser simples planos hasta escenarios de ciencia ficción. Además, se puede crear un aire atemporal, si nos desprendemos del contexto, sin coches, grafitis, desprendiendo al edificio de su contexto y trasladándolo al que se desee.⁴⁴



[im. XXXIX]
Pull and Bear & Umbro. National Theatre

40- Paz Peña, "Entrevista a Carlos Traspaderne", Cultura Fotográfica (Mayo 2017), <https://culturafotografica.es/carlos-traspaderne/>

El ejemplo de PAUSE, toma como escenario la *TORRE TRELICK*. PAUSE toma el edificio como representación de lo urbano y es el edificio quien dicta el formato vertical de la foto. Este proyecto arquitectónico tiene un gran impacto en la ciudad. Se ha convertido en una especie de monumento local, incluso ha servido como punto de instalación de transmisores de televisión para resolver los problemas de recepción de algunos residentes de barrios cercanos. En los últimos años, se ha convertido en un icono de Londres, apareciendo en canciones, películas, anuncios y atrayendo a visitantes de todas partes. El Brutalismo quería crear arquitectura para las personas, sin buscar que sea bonito o feo, sino práctico, con pocos recursos y que cubra todas las necesidades y aportando calidad de vida. Se podría decir que huía de la "fama", de crear arquitecturas icónicas, pero resulta que edificios como este entre muchos otros se han convertido en hito, en objeto de diseño e inspiración. ¿Es algo para lo que no estaba pensado el Brutalismo?

Normalmente el estilo urbano se fotografía en plena calle. Al ser un estilo de prendas más cercanas a la mayoría de gente, el hecho que se fotografíe en la calle, aparte de acompañar al estilo, hace que sea más cercano a los consumidores. Sin embargo, esta campaña le da un giro y se sale del convencionalismo de fotografiar en ese lugar. PAUSE, escoge la torre Trellick, como representante del ámbito urbano. El edificio aporta una riqueza visual por su perfil, compuesto de dos volúmenes diferentes pero conectados cada tres pisos. El volumen que vemos a la izquierda de menos envergadura es el bloque de servicios y el bloque con el que se comunica, es el que alberga las viviendas. Las viviendas son de dos pisos y fueron diseñados con la entrada principal coincidente con los pasillos conectores cada tres alturas con el bloque de servicios. Dentro de las viviendas, las escaleras internas comunican las dos alturas de la casa. Con esta estrategia, se reduce el espacio público en los pasillos, ganándolo dentro de las viviendas. Además, la estructura de hormigón vista es la que define la estética del edificio dando un juego de elementos verticales y horizontales.

Las imágenes muestran que están hechas con intención. Por ejemplo, la imagen de grupo apoyado en el muro [im. XL] con la torre de fondo, recuerda al Neoclasicismo de Boullé o Ledoux, quienes usaban la figura humana para comunicar sus ideas y ayudaban a dramatizar la escala de su diseño⁴⁵. El plano contrapicado enfatiza esa intención forzada de distorsionar la escala de las figuras humanas a un tamaño muy pequeño y magnificar la gran mole de torre. Además así, la imagen consigue evocar a los grandes rascacielos de las grandes urbes para enfatizar el estilo urbano o quizás, quiera rendir homenaje al arquitecto por medio de la exaltación de su obra.

41- Jose María Falcón, "El espacio gráfico habitado": la Figura humana en la comunicación visual arquitectónica", *Arquiteturarevista*, no.11 (Enero 2015): 32-33, <http://revistas.unisinos.br/index.php/arquitetura/article/view/arq.2015.111.04/4844>



[im. XL]
Pull and Bear & Umbro. National Theatre

PAUSE

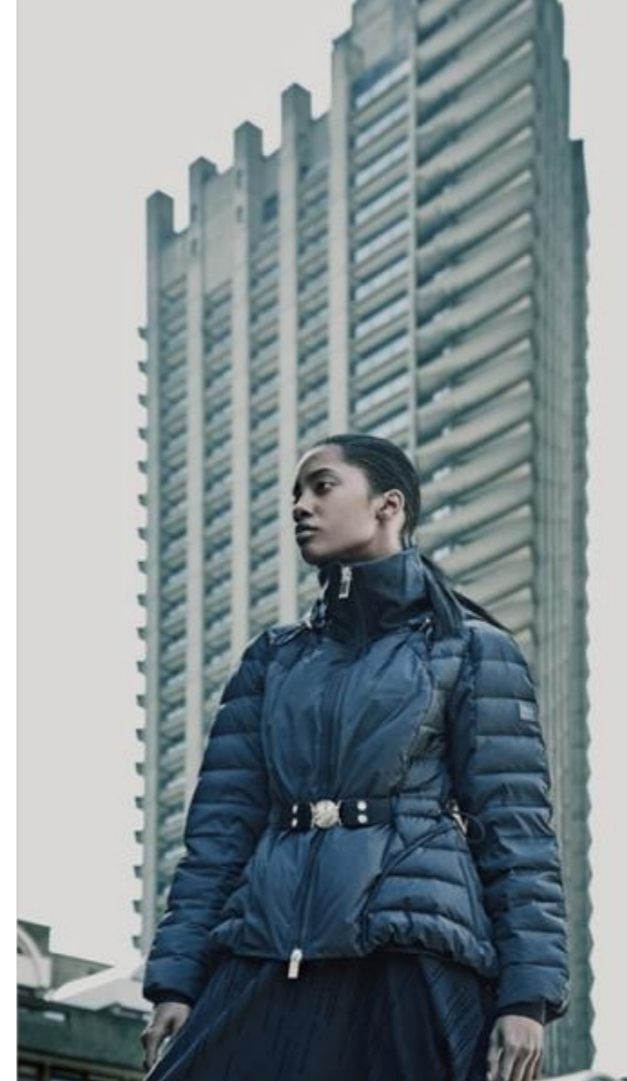


[im. XXX]
HIGH. Barbican Centre

La plataforma digital PAUSE, ha escogido para la temporada de invierno, otra arquitectura brutalista: El **BARBICAN CENTRE**. Junto a la firma de moda HIGH, ambas eligen el complejo Barbican Centre en Londres para fotografiar sus colecciones de invierno. La arquitectura, materiales, tonos y las prendas crean un ambiente frío y solitario perfecto que nos trasladan a los meses más fríos del año.

El Barbican Centre es posiblemente uno de los espacios más recurrentes para las fotografías de moda entre los proyectos brutalistas. El origen del proyecto surge del deseo de reconstruir una zona bombardeada en la segunda guerra mundial. Además, otra intención del proyecto era crear un microcosmos humano para economizar y rentabilizar el proyecto de viviendas. El proyecto tiene una clara visión de ciudad vertical. Los arquitectos tratan de crear un complejo con una diferenciación de espacios privados, comunes y públicos. Se consigue un un espacio libre de coches, y una manera de explorar la ciudad interior a pie, tanto para los residentes como para las personas de paso. Dentro del complejo, las construcciones sirven de puntos de referencia para guiar a los visitantes que recorren esta arquitectura, reforzando así la idea de que los peatones eran un principal protagonista en la elaboración del proyecto. En los reportajes de estos tres casos de estudio, los modelos reviven a los peatones que exploran, visitan y viven el complejo del Barbican, convirtiéndose este en una entidad que transmite la imagen de ciudad. Este ambiente casi deshumanizado, es el escenario para presentar las campañas de las colecciones de invierno.

En el proyecto, domina el hormigón, material característico del Burtalismo y además su aspereza es perfectamente notable en las imágenes. Esa característica ayuda a crear el ambiente frío y duro de los reportajes. Además, el color de los materiales no es de gran saturación, y disminuyendo ligeramente los tonos, las imágenes quedan en unos tonos fríos y homogéneos, compaginando con las prendas invernales de tonos oscuros como el negro o azul marino.



[im. XLI]
HIGH. Barbican Centre

PAUSE, también emplea el Barbican como escenario para su campaña pero aquí es curioso cómo se destaca la voluntad de Le Corbusier de la imperfección como elemento de diseño.

No es exactamente usada como elemento de diseño pero es algo que se muestra intencionadamente. Las humedades del hormigón, normalmente es algo feo, oculto, sucio, pero PAUSE lo fotografía para crear ese ambiente frío, húmedo que acompaña a sus prendas. [im. XLII]

El Brutalismo del Barbican nos ofrece los tonos neutros y fríos, además de la dureza e imperfecciones del hormigón que contribuye a clasificar este emplazamiento como un buen escenario para la temporada de otoño-invierno.

Otro factor que contribuye a ese ambiente es el énfasis en la soledad. El proyecto es un microcosmo urbano, lleno de viviendas, restaurantes, espacios de ocio pero en las imágenes se muestra desierto, solo con los modelos. Y es esta contradicción, que enfatiza ese ambiente frío, deshumano. [im. XLI]

Un protagonista del proyecto es la torre de viviendas cuyos balcones extienden las habitaciones, estudios o salones y dan esa singular y única silueta. Además, las superficies exteriores de hormigón son de hormigón abujardado, técnica que le suma aspereza a la textura. En una imagen, la modelo se superpone, y la fachada de hormigón dialoga prenda de HIGH. Los balcones característicos de la torre forman unas bandas horizontales, que hacen eco de los volúmenes horizontales que crean las plumas entre las costuras del abrigo. [im. XLI]



[im. XLII]
PAUSE. Barbican Centre



[im. XLIII]
Isabel Marant. *Parking Double Hélice*
(captura del video)

Y por último, retomáramos la colección de Isabel Marant en el *PARKING DE DOUBLE HÉLICE*, para explicar el empleo de la arquitectura brutalista como lugar para crear un ambiente de ciencia ficción, que nos recuerda al cine, a las películas de distopías. Y es cierto que el brutalismo ha sido y es un gran aliado del séptimo arte.

Para el estilo Burtalista, la forma es adecuada a las funciones y los materiales del edificio íntegramente. Y no cabe duda de que este parking francés las cumple. Las rampas circulares es lo que le da la forma, no las encierra en unos muros rectos. Y gracias a esta sinceridad, se obtiene un espacio que puede encajar perfectamente con el futuro ficticio de los años 90. Además, este caso de estudio, difiere de los demás, ya que toman el espacio para una pasarela. En el video, la arquitectura junto a la cámara, consiguen recrear una especie de laberinto continuo e infinito que recorren los modelos. El parking se aleja de su función, y representa un espacio distópico y sobredimensionado donde los humanos caminan sin rumbo, aliendados simplemente por la inercia que el espacio les transfiere. [im. XLIII - XLVII]

Además, en esta ficción austera pero rica en forma, el material protagonista y único es el hormigón que contrasta con los colores, diversas texturas y estampados de las prendas, recordando el recurso de contraste de texturas.

De forma general, el Brutalismo para las campañas de moda se emplea más para campañas donde la arquitectura tiene una intención de imagen urbana, pero con estos tres ejemplos vemos que junto a la arquitectura, la fotografía y la moda ayudan a teatralizar espacios y atmósferas muy distantes de la realidad o al momento en el que se toman las fotografías. El encargado de recrear esos ambientes y jugar con la arquitectura para ensalzar la moda es el fotógrafo, y es Joan Costa quien describe muy bien la intención del profesional:

*“el fotógrafo practica habitualmente una gimnasia visual (mental e imaginativa) de recortar objetos de la realidad, de fragmentar el entorno en imágenes, de extraer figuras de su contexto y cambiárselo, de establecer un juego alterante entrefiguras y fondos, de abstraer y proyectar en todo ello un modo subjetivocreativo de ver y pensar las imágenes”.*⁴⁶

46- Casajus, “Historia de la fotografía de moda”, 80.



[im. XLIV]
Isabel Marant. *Parking Double Hélice*
(captura del video)



[im. XLVI]
Isabel Marant. *Parking Double Hélice*
(captura del video)

[im. XLV]
Isabel Marant. *Parking Double Hélice*
(captura del video)



4.2. MÍMESIS con el ESCENARIO



[im. XLVII]
Umbro x Pull & Bear.
National Theatre

Volvemos al ejemplo de Umbro con Pull & Bear en el *NATIONAL THEATRE* de Londres, donde los modelos adoptan la estética escultórica del edificio.

Este edificio parece estar esculpido en hormigón y recuerda al concepto de “imagen” antes hablado. Como se dice en el libro de Banham, la lógica y claridad del edificio contribuye a su entidad visual, es decir a su imagen. Pero no es solo esa claridad constructiva, lo que hace que todas sus partes formen una entidad. Las formas de los interiores afectan al diseño y las terrazas se extienden hasta el interior, integrándolas como balcones del teatro. Estas terrazas a las que el arquitecto llamó “estratos”, conectan las torres que vemos en las fotos de Pull and Bear con Umbro. Las dos principales son las torres del Teatro Abierto y del Teatro Proscenio. Además de dos conjuntos más pequeños contienen la circulación vertical e indican la entrada principal. Gracias al proceso de creación del proyecto arquitectónico, se ha obtenido este resultado de unidad y pieza casi escultórica. El arquitecto trabajaba en maqueta para diseñar en tres dimensiones en vez de en dos y salía con las maquetas a la calle para estudiar la respuesta del edificio a la luz y así conseguir esas sombras que hacen que se perfilen esos volúmenes tan geométricos de hormigón.

El Brutalismo tiene unas geometrías que pueden llegar a ser esculturas por sí mismas. Los modelos en primer plano se mimetizan con la arquitectura adoptando esas poses que transmiten la rigidez y solidez de las torres de fondo. Esta abstracción escultórica que se

47-Susan Sontag, *Sobre la fotografía*, trad. de Carlos Gardini (Ciudad de México: Santillana Ediciones Generales, 2006), 142.

persigue, la fomenta el formato vertical, ya que acorta el contexto arquitectónico y enfoca en primer plano a los modelos como si de una escultura se tratase. Por ejemplo en la imagen de la escalera, los modelos adoptan la importancia del elemento arquitectónico, quedando este oculto. [im. XLIX] Esta importancia se enfatiza aún más, ya que estas escaleras evocan a las escaleras de Le Corbusier en L'Unité d'Habitation, obra donde reinterpreta la escalera, cristalizando en hormigón los elementos que tradicionalmente tenía asociados. [im. XLVIII] Por otro lado, en el proyecto, vemos como los volúmenes se deslizan, yuxtaponen o se adhieren unos a otros y es el mismo comportamiento que tienen los modelos entre ellos. Como dice Susan Sontag refiriéndose al fotógrafo: “*puede transformar seres humanos en cosas y cosas en seres humanos*”.⁴⁷ Es decir, se está dotando a los modelos las “cualidades” de los bloques de hormigón de fondo.

La actitud segura, firme incluso pasota de los modelos es la actitud que vende la marca y la que todos pensamos con el estilo urbano y sport que es tendencia hoy en día. Esta actitud se exterioriza en el comportamiento corporal y además, está enfatizado por el entorno rígido, austero y duro que ofrece el edificio brutalista londinense.



[im. XLVIII]
Escaleras de L'Unité
D'Habitation, Marsella,
Le Corbusier



[im. XLIX]
Umbro x Pull & Bear.
National Theatre

Y por último, el ejemplo de la firma de zapatillas ZESPA, dialoga con el edificio de Le Corbusier: *L'UNITÉ D'HABITATION*, con el juego de colores. En esta, el arquitecto, no solo juega con los colores de la fachada, sino que también los traslada al interior. En los pasillos interiores, las entradas a cada apartamento están iluminadas por una lámpara del mismo color que su fachada exterior.

Y ahora viene la pregunta, ¿por qué Zespa habrá escogido este espacio para su campaña?

Parece que las imágenes de la campaña nos cuentan una historia, nos presenta esta relación. En la secuencia de imágenes, el modelo se aproxima al edificio [im.L] y a continuación, señala a la fachada de *L'Unité* como para indicar los colores que va a emplear [im.LI]. En estas dos imágenes, la deportiva es de color negro, un color neutro que hace referencia la *Béton Brut* de la fachada sobre el cual, se combinan los colores vivos. Una vez dentro del edificio, en las siguientes imágenes, las deportivas ya adoptan los colores vivos de Le Corbusier como el rojo [im. LII]. Esta sucesión de imágenes simula como un diálogo con el edificio. Este recurso de que los personajes de la imagen, tengan una posición que aluda al edificio fue empleado anteriormente por Frank Lloyd Wright en su dibujo *Masterpiece*, donde tal y como lo explica Jose María Falcon: “*el arquitecto, a la manera de Schinkel, desarrolla una narrativa de historias simultáneas dentro del museo, estableciendo la importancia de la arquitectura. En la imagen, los visitantes adultos -siluetas sin mayor detalle- contemplan con detenimiento y comentan un Kandinsky, otros observan y a la vez descansan, mientras que una niña pequeña aparece en solitario, dándoles la espalda, en el primer tercio de la imagen. Una anécdota de este dibujo es que, cuando el arquitecto se disponía a firmarla ante sus ayudantes, lápiz en mano, sin siquiera sentarse, detalló a la niña reclinada sobre el borde del balcón, dibujándole el yoyo y transportando la atención con este gesto hacia el balcón.*”⁴⁸

Además, se puede deducir que la marca quería resaltar y dar importancia la incorporación de colores en su prenda. Si no fuese muy importante, se habría fotografiado en un estudio, con un fondo de colores pero ha ido a un edificio mítico donde los colores tienen una relevancia y repercusión en el mundo de la arquitectura. La marca se interesará en arquitectura, ya que frente a muchos otros edificios con colores que hay por el mundo, han elegido *L'Unité d'Habitation*, diseñada por uno de los arquitectos más importantes del movimiento moderno.

El hecho de fotografiar moda en arquitectura, hace que la marca y el producto tengan más valor, o por lo menos así será para las personas entendidas en el mundo de la arquitectura. Al ser en una obra tan conocida, se juega con que el producto se quede en nuestra cabeza, y no sea una imagen efímera de un producto con un fondo blanco o en un contexto irrelevante sin interés.

[im. L]
ZESPA. *L'Unité d'Habitation*



[im. LI]
ZESPA. *L'Unité d'Habitation*

La marca es de calzado, por lo que ya determina que la distancia del fotógrafo será cercana. En las fotos tomadas en interior, el espacio está formado por dos o tres planos de distintos materiales que enriquecen la foto. No olvidemos que en todas hay un plano de un color, que contrasta con las tonalidades poco saturadas de los otros. El espacio es un reflejo del outfit del modelo. Las zapatillas representan el plano de color, ya que el resto de su ropa es de blanca y negra, como el resto de materiales de tonos neutros o negros.

En cuanto a las fotografías de exterior, aun viendo el edificio por fuera con más contexto que en las imágenes interiores, el proyecto pierde toda su magnitud y se vuelve a convertir en un plano que acompaña a la zapatilla de la marca. Se convierte en un telón de fondo donde la fachada con la geometría de los balcones se convierte en un dibujo para ese telón.

El Brutalismo emplea los materiales “as found”, por lo que no hay revestimientos con los que plasmar colores. Las obras de este estilo muestran los colores naturales de sus materiales. Parece que no tiene mucho sentido hablar de colores para hablar del brutalismo, pero en esta obra de Le Corbusier, el “*Béton Brut*”, algo neutro pero tan revelador para el Brutalismo sirve de contrapunto para resaltar los colores que Le Corbusier incorpora a su obra. Los mismos colores que resalta la marca.

48- Falcón, “El espacio gráfico habitado”, 40-41.

[im. LII]
ZESPA. *L'Unité d'Habitation*





[im. LIII]
Site Inhabitated by Objects,
Jean Dubuffet, 1965
(imagen modificada)

5. Conclusiones

La arquitectura y la moda son dos disciplinas que se enriquecen mutuamente al trabajar juntas. El Brutalismo ha sido la arquitectura escogida por algunas firmas como escenario para sus reportajes fotográficos de campaña de moda. Su relación no es solo la estética visual de la imagen realizada por un fotógrafo. Estas imágenes, tienen todo un bagaje teórico y práctico que con un poco de interés para informarse de qué hay detrás de esa fotografía o simplemente detenerse al contemplarla, uno es capaz de ver la riqueza que da el mezclar dos disciplinas, como son la arquitectura y la moda.

El Brutalismo es un estilo muy particular. Comenzó sin una base firme, es decir, no tuvo un manifiesto que estableciese unas reglas a seguir, por lo que puede haber discrepancias entre los teóricos a la hora de clasificar algunos edificios como brutalistas. Pero es un periodo de la arquitectura, que a pesar de ser breve, su continuidad después de su “muerte” sigue vigente hoy en día y la moda ha sido partícipe de ello.

Esta arquitectura además de servir de escena, potencia el mensaje que quiere transmitir la campaña. Se retoman conceptos del estilo como los materiales “as found” que dotan de una estética la material que contrasta con las prendas y ayudan a exaltar sus colores o tejidos. Los edificios escogidos representan algunos principios del estilo como el compromiso social o la mejora de la calidad de vida, temas sociales que contextualizan el estilo urbano de las marcas. Y otras campañas, escogen la estética tan particular de esta arquitectura para viajar a otras realidades o construir una atmósfera en la que los modelos interpretan el mensaje de la campaña. Muchas veces, la idea o mensaje que se quiere transmitir a partir de un elemento, como en este caso, una colección, no es suficiente con el producto. Al trabajar con otros campos, se puede mostrar y transmitir toda esa información que se desea ya que con el producto por sí sólo, no sería suficiente. Por ello, se refuerza que la arquitectura es una fiel aliada de la moda pero al igual que la refuerza a ella, es una gran aliada, capaz de potenciar cualquier otra disciplina para que el mensaje tenga más fuerza y valor.

Además, no solo la arquitectura sirve a la moda, sino que la moda también sirve a la arquitectura. La arquitectura es un interés compartido entre los profesionales de esta y algunos interesados ajenos de la profesión. Sin embargo, la moda toma una posición más próxima al interés popular. Lógicamente no se pueden asemejar de la misma manera la moda y arquitectura, bien sea por su escala, complejidad, accesibilidad... Pero convivimos con ambas todos los días, por tanto, de una forma o de otra, somos conscientes de ellas pero por algún motivo el interés por la arquitectura es mucho menor que por la moda. La arquitectura es una disciplina con una larga historia y ha tenido un papel muy importante en la sociedad. El arte, la literatura, la escultura, la religión, el cine, y más campos se han servido de ella, ya sea como inspiración o herramienta. Y en este trabajo se ha mostrado como la moda ha empleado la arquitectura como escenografía.

Es interesante lo fácil y rápido que se difunde la moda. Las redes sociales permiten que en cada momento, lleguen nuevos anuncios, o novedades a la pantalla de nuestro teléfono. Hecho que no suele pasar con la arquitectura a no ser que seamos fieles seguidores de ella.

Sin embargo, la moda puede ser un camino para lograr ese acercamiento y aprovechar ese canal ya trazado para que la arquitectura esté tan presente como ella en nuestras notificaciones de Instagram. Este trabajo ha sido un ejemplo de cómo la arquitectura trabaja conjuntamente con otra disciplina, enriqueciéndose y potenciándose ambas. La arquitectura no tiene porqué ser interés de los profesionales y aficionados; colaborando con otras disciplinas más cercanas a la sociedad, puede romper esa separación todavía vigente entre la arquitectura y cultura popular.



[im. LIV]
Solario
Jean Dubuffet, 1967
(imagen modificada)

6. Bibliografía

LIBROS - BRUTALISMO

Banham, Reyner. *The New Brutalism: Ethic or Aesthetic.* Londres: Architectural Press, 1966.

Calder, Barnabas. *Raw Concrete: The Beauty of Brutalism.* Londres: Cornerstone UK, 2016.

Le Corbusier, *Vers une architecture.* Paris: Éditions G. Crès et Cie., 1923.

Frampton, Kenneth. *Historia crítica de la arquitectura moderna.* Londres: Thames and Hudson Ltd., 1980.

Hereu, Pere, Josep María Montaner y Jordi Oliveras. *Textos de Arquitectura de la modernidad.* San Sebastián: Editorial Nerea, S.A., 2013.

Jencks, Charles. *Modern Movements in Architecture.* Londres: Penguin Art & Architecture, 1973.

Maxwell, Robert. *New British Architecture.* Londres: Thames & Hudson, 1973.

Phaidon, ed. *Atlas of Brutalist Architecture.* Londres: Phaidon Editors, 2020.

Risselada, Max. Alison & Peter Smithson. *A Critical Anthology.* Madrid: Ediciones Polígrafa, 2011.

Vidotto, Marco. *Alison + Peter Smithsons: Obras y proyectos.* Barcelona: Editorial GG, 1997.

Zevi, Bruno. *Espacios de la Arquitectura Moderna.* Buenos Aires: Editorial Poseidón, 1980.

LIBROS - MODA

Figueras, Josefina. *Historia de la moda: pasado, presente y futuro.* Madrid: Ediciones Internacionales Universitarias, 2012.

Liptovetsky, Gilles. *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas.* Traducción de Felipe Hernández y Carmen López. Barcelona: Editorial Anagrama S.A., 1990.

Riello, Giorgio. *Breve historia de la moda. Desde la Edad Media hasta la actualidad.* Traducción de Cristina Zelich. Barcelona: Editorial GG, 2016.

LIBROS - FOTOGRAFÍA

Bergera, Iñaki, Eduardo Delgado, y Justo Oliva. *Fotografía y arquitectura moderna: Contextos, protagonistas y relatos desde España.* Barcelona: Fundación Arquia, 2016.

Sontag, Susan. *Sobre la fotografía.* Traducción de Carlos Gardini. Ciudad de México: Santillana Ediciones Generales, 2006

ARTÍCULOS DE REVISTA

Alconchel, Gabriel. "Subculturas en la red: identidad y juventud". *Revista de Humanidades*, no. 25 (2015): 129-144. <https://doi.org/10.5944/rdh.25.2015.14258>

Avilés-Ortiz, Iliaris. "Reflexiones en torno a la moda: tensiones, paradojas y frivolidades. Apuntes sobre Georg Simmel y Gabriel de Tarde". *Bajo Palabra, Revista de Filosofía*, no. 12 (2016): 265-273. <http://dx.doi.org/10.15366/bp2016.12.022>

Codina, Mónica. "Crear moda, hacer cultura". *Ars Brevis: anuario de la Càtedra Ramon Llull Blanquerna*, no.10 (2004): 43-62. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2705894>

Flacón, Jose María. "El espacio gráfico habitado: la Figuera humana en la comunicación visual arquitectónica". *Arquiteturarevista*, no.11 (Enero 2015): 31-45. <http://revistas.unisinos.br/index.php/arquitetura/article/view/ark.2015.111.04/4844>

Simmel, Jorge, "Filosofía de la moda". *Revista de Occidente 1*, n.1 (1923): 44-47.

Smithsons, Alison y Peter. "The Built world: Urban Reidentification". *Architectural Design* (Junio 1955): 185-188. https://www.researchgate.net/figure/Alison-and-Peter-Smithsons-Urban-Reidentification-Architectural-Design-June-1955_fig2_263370813

--- "The New Brutalism". *Architectural Design*, no.27 (abril 1957): 113. https://direct.mit.edu/octo/article-abstract/doi/10.1162/OCTO_a_00034/59143/The-New-Brutalism?redirectedFrom=fulltext

Valcarce, M^a Teresa. “El Nuevo Brutalismo: una aproximación y una bibliografía”. *Cuaderno de notas*, no. 7 (1999): 131-144
http://composicion.aq.upm.es/webcnotas/pdfs/CN7_6_Nuevo%20brutalismo%20I.pdf

--- “El Nuevo Brutalismo: otra vuelta de tuerca”. *Cuaderno de notas*, no. 8 (2000): 129-139
<http://polired.upm.es/index.php/cuadernodenotas/article/view/832/848>

TRABAJOS ACADÉMICOS

Casajus, María Concepción, “Historia de la fotografía de moda: aproximación estética a unas nuevas imágenes”. Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid, 2002.
<https://eprints.ucm.es/id/eprint/2364/1/AH0015001.pdf>

Casqueiro, Santiago, “Origen, Divulgación y Vulgarización del Brutalismo”. Trabajo de Fin de Grado, Escuela Técnica Superior Arquitectura de Madrid, 2020.
<https://oa.upm.es/58017/>

CONGRESO

Bergera, Iñaki. VI Congreso de Moda. “Comunicar moda, hacer cultura”. 59-87. Universidad de Navarra, 3 al 4 de noviembre de 2005.

ARTÍCULOS ONLINE

Aroca, M^a Victoria. “Cuando la moda y la arquitectura comparten el mismo escenario”. *SModa* (Octubre, 20012). <https://smoda.elpais.com/moda/cuando-la-moda-y-la-arquitectura-comparten-el-mismo-escenario/>

Calvo, Miguel. “Art Brut: 1945”. *HA!* (Enero 2015).
<https://historia-arte.com/movimientos/art-brut>

Dalrymple, Theodore. “Le Corbusier’s baleful influence: The Architect as Totalitarian”. *City Journal*. (Otoño 2009). <https://www.city-journal.org/html/architect-totalitarian-13246.html>

Peña, Paz. “Entrevista a Carlos Traspaderne”. *Cultura Fotográfica* (Mayo 2017).
<https://culturafotografica.es/carlos-traspaderne/>

Schwiontek, Elisabeth. “De Regreso al Hormigón”. *Goethe institut* (Enero 2017). <https://www.goethe.de/ins/es/es/kul/mag/20908470.html>

Vázquez, Anabel. “Moda y arquitectura: cuando el edificio es el top model”. *Vanity Fair*. (Enero 2017). <https://www.revistavanityfair.es/lujo/lifestyle/articulos/moda-arquitectura-cuando-edificio-top-model/23408>

PÁGINAS WEB

“Campaña crucero 2022 para mujer”. Dior. Recuperado el 30 mayo 2021, https://www.dior.com/es_es/noticias-y-savoir-faire/folder-noticias-y-eventos/coleccion-crucero-2022

“Iving Penn: Fotógrafo”. Vogue. Recuperado el 2 julio 2021. <https://bibliografia.co/estilo-chicago/fuentes-web-youtube-podcast-pagina-web-facebook-twitter/>

FUENTES IMÁGENES

Resumen

[im. I] <https://pausemag.co.uk/2017/11/pause-editorial-winter-is-coming/>

1. Introducción

[im. II] <https://escarcega.wordpress.com/2011/04/17/art-brut/autoretrato-ii-1966-jean-dubuffet/>

2. Relación entre Arquitectura y moda

[im. III] <https://elarafritzenwalden.tumblr.com/post/156007083948/casa-pascual-de-juan-zurita-la-moraleja-madrid>

[im. IV] <https://www.tag-walk.com/es/collection/couture/iris-van-herpen/spring-summer-2020>

[im. V],[im. VI] <https://www.oma.com/projects/prada-epicenter-new-york>

[im. VII] <https://www.prada.com/es/es/pradasphere/places/epicenter-new-york.html>

2.1 La Costura se convierte en Fotografía

[im. VIII] fotografía propia

[im. IX] fotografía propia

[im. X] https://www.dior.com/es_es/noticias-y-savoir-faire/folder-noticias-y-eventos/coleccion-crucero-2022

3.1 Situación actual ‘Multi-Tendencias’

[im. XI] <https://www.vogue.es/moda/articulos/street-style-berlin-inspiracion-looks-otono-invierno-2019-2020>

[im. XII] <https://www.pinterest.co.uk/pin/396739048410179128/>

[im. XIII] <https://www.vogue.es/moda/articulos/zapatos-de-tacon-comodos-salud-pie>

[im. XIV] <https://smoda.elpais.com/moda/moschino-reinterpreta-a-picasso/100311321/image/100311362>

[im. XV] <https://blog.bulldozair.com/es/the-edge-el-futuro-de-las-construcciones-inteligentes-y-sustentables>

[im. XVI] <https://arquitecturaviva.com/obras/catedral-de-carton-en-christchurch#lg=1&slide=8>

[im. XVII] <https://www.instagram.com/chiaraferragni/?hl=es>

[im. XVIII] <https://www.instagram.com/sinzianasoooper/?hl=es>

[im. XIX] <https://www.instagram.com/the.travel.trio/?hl=es>

[im. XX] <https://www.instagram.com/enriquealex/?hl=es>

3.2 Interés renovado por el Brutalismo

[im. XXI] https://monoskop.org/File:Banham_Reyner_The_New_Brutalism.pdf

3.3 Brutalismo en la Moda

[im. XXII] https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2017-menswear/thom-browne?utm_medium=internal&utm_source=vogue.es

[im. XXIII] <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2012-ready-to-wear/rick-owens%20>

[im. XXIV] <https://thebrvtalist.com/archive/2016/6/9/daniel-gregory-natale>

4. Casos de Estudio

[im. XXV] <https://menswearbible.co.uk/2020/10/28/zespa-2/%20>

[im. XXVI] <https://www.designscene.net/2014/05/prada-fall-winter-2014-campaign-stein-meisel.html>

[im. XXVII] <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2021-ready-to-wear/isabel-marant>

[im. XXVIII] <https://www.neo2.com/umbro-x-pullbear/>

[im. XXIX] <https://pausemag.co.uk/2017/11/pause-editorial-winter-is-coming/>

[im. XXX] https://www.high-everydaycouture.com/ar_en/journal/the-barbican-centre

[im. XXXI] <https://pausemag.co.uk/2016/08/pause-editorial-boys-of-summer-2016-london/>

4.1 'as found'

[im. XXXII] <https://www.designscene.net/2014/05/prada-fall-winter-2014-campaign-stein-meisel.html>

[im. XXXIII] <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2021-ready-to-wear/isabel-marant>

4.2 Compromiso Social y Urbano

[im. XXXVI] <https://www.neo2.com/umbro-x-pullbear/>
[im. XXXVII]

4.3 Teatralización

[im. XXXVIII] <https://pausemag.co.uk/2016/08/pause-editorial-boys-of-summer-2016-london/>
[im. XL]

[im. XLI] https://www.high-everydaycouture.com/ar_en/journal/the-barbican-centre

[im. XLII] <https://pausemag.co.uk/2017/11/pause-editorial-winter-is-coming/>

[im. XLIII] <https://www.designscene.net/2021/03/isabel-marant-womenswear-fw21.html>

[im. XLIV]
[im. XLV]
[im. XLVI]

4.4 Mimesis con el entorno

[im. XLVII] <https://www.neo2.com/umbro-x-pullbear/>
[im. XLIX]

[im. XLVIII] <https://www.redalyc.org/journal/3768/376862224002/>

[im. L] <https://menswearbible.co.uk/2020/10/28/>

[im. LI] <https://www.zespa.com/2020/10/28/>

[im. LII]

5. Conclusiones

[im. LIII] <https://theartsdesk.com/visual-arts/jean-dubuffet-gwen-john-and-celia-paul-pallant-house-gallery-chichester>

6. Bibliografía

[im. LIV] https://www.artribune.com/arti-visive/arte-moderna/2018/08/materia-spirito-arte-jean-dubuffet-mostra-palazzo-magnani-reggio-emilia/attachment/jean-dubuffet-solario-portrait-marzo-1967-vinilico-su-tela-100-x-81-cm-2018-adagp-paris_-siae-roma/

7. Anexos

[im. LV] <http://galeriafreites.com/artistas/dubuffet-jean/>



[im. LV]
Le Griot
 Jean Dubuffet, 1971
 (imagen modificada)

7. Anexos

PRADA

Contenido: Campaña publicitaria Fall Winter 2014
 Fuente: "Arc Street" página web de contenido, blog y periódico.
 Enlace: <https://www.arcstreet.com/article-prada-fall-winter-2014-ad-campaign-video-playing-with-brutalist-architecture-124307495.html>

Lugar: Casa Redencial, Bedford Hills, NY
 Arquitecto: -
 Año: -

Modelos: Mica Arganzar & Karl Kolbitz
 Fotógrafo: Steven Meisel
 Estilismo: Olivier Rizzo
 Peluquería: Guido Palau
 Maquillaje: Pat McGrath



ISABEL MARANT

Contenido: Desfile digital Fall Winter 2021
Fuente: Revista VOGUE
Enlace: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2021-ready-to-wear/isabel-marant>
(video)<https://www.designscene.net/2021/03/isabel-marant-womenswear-fw21.html>

Lugar: Parking Double Hélice
Arquitecto: Ludovic Maillard
Año: 1970

Modelos: Adut Akech, Mica Argañaraz, Loli Bahia, Malick Bodian, He Cong, Leon Dame, Anna Ewers, Freek Iven, Birgit Kos, Klara Kristin, Rebecca Leigh, Malika Louback, Xu Meen, Blésnya Minher, Rianne Van Rompaey
Fotógrafo: Steven Meisel
Estilismo: -
Peluquería: Damien Boissinot
Maquillaje: Petros Petrohilos
Música: Gabber Eleganza
Director video: Simon Cahn



UMBRO x Pull&Bear

Contenido: Reportaje fotográfico, edición limitada de Umbro x Pull & Bear 2015
Fuente: Página web Silvia Orell
Enlace: <https://silviaorell.com/Umbro-x-Pull-Bear>

Lugar: National Theatre, Londres
Arquitecto: Denys Louis Lasdun
Año: 1965-1976

Modelos: Masao De Parris, Iris Du Bois, Karina Krayz, Martijn Faaij
Fotógrafo: Jorge Pérez Ortiz
Estilismo: Silvia Orell
Peluquería: Carol Guzmán
Maquillaje: Carol Guzmán



PAUSE

Contenido: Reportaje "Boys of Summer 2016"
Fuente: PAUSE (revista online)
Enlace: <https://pausemag.co.uk/2016/08/pause-editorial-boys-of-summer-2016-london/>

Lugar: Trellick Tower, Londres
Arquitecto: Ernö Goldfinger
Año: 1972

Modelos: Karim Boumjimar, Shay Fitzpatrick, Montell Martin, Emanuel Abrantes, Eastwood Danso, Sy, Aaron Lesta Lopez, Shamel Kendrick, Liam Cobbledick, Taj, Val Kristopher Galbo, Junior Choi, Kailum Bolton.

Fotógrafo: Sirius Film (Danika Magdalena)
Estilismo: Terence Sambo
Peluquería: Jam Deluxe
Maquillaje: Jam Deluxe

PAUSE

Contenido: Reportaje "Winter Is Coming" (2017)
Fuente: PAUSE (revista online)
Enlace: <https://pausemag.co.uk/2017/11/pause-editorial-winter-is-coming/>

Lugar: Barbican Centre, Londres
Arquitecto: Powell & Bon Chamberlin
Año: 1963- 1974

Modelos: Wisdom Onwubiko
Fotógrafo: Luca Perrin
Estilismo: Simon NNdjock
Peluquería: -
Maquillaje: -

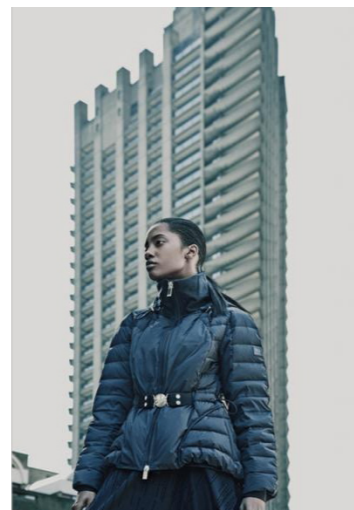


HIGH

Contenido: Reportaje en Barbican Centre (2019)
Fuente: HIGH (marca de ropa)
Enlace: https://www.high-everydaycouture.com/ar_en/journal/the-barbican-centre-

Lugar: Barbican Centre, Londres
Arquitecto: Powell & Bon Chamberlin
Año: 1963- 1974

Modelos: -
Fotógrafo: -
Estilismo: -
Peluquería: -
Maquillaje: -



ZESPA

Contenido: Reportaje Fall Winter 2020
Fuente: ZESPA (marca de ropa)
Enlace: [https://zespa.fr/en/cite-radiouse-fw-2020/-](https://zespa.fr/en/cite-radiouse-fw-2020/)

Lugar: l'Unité d'Habitation, Marsella
Arquitecto: Le Corbusier
Año: 1946-1952

Modelos: François Faure, Nine Dabiens
Fotógrafo: Solar Agency
Estilismo: -
Peluquería: -
Maquillaje: -

