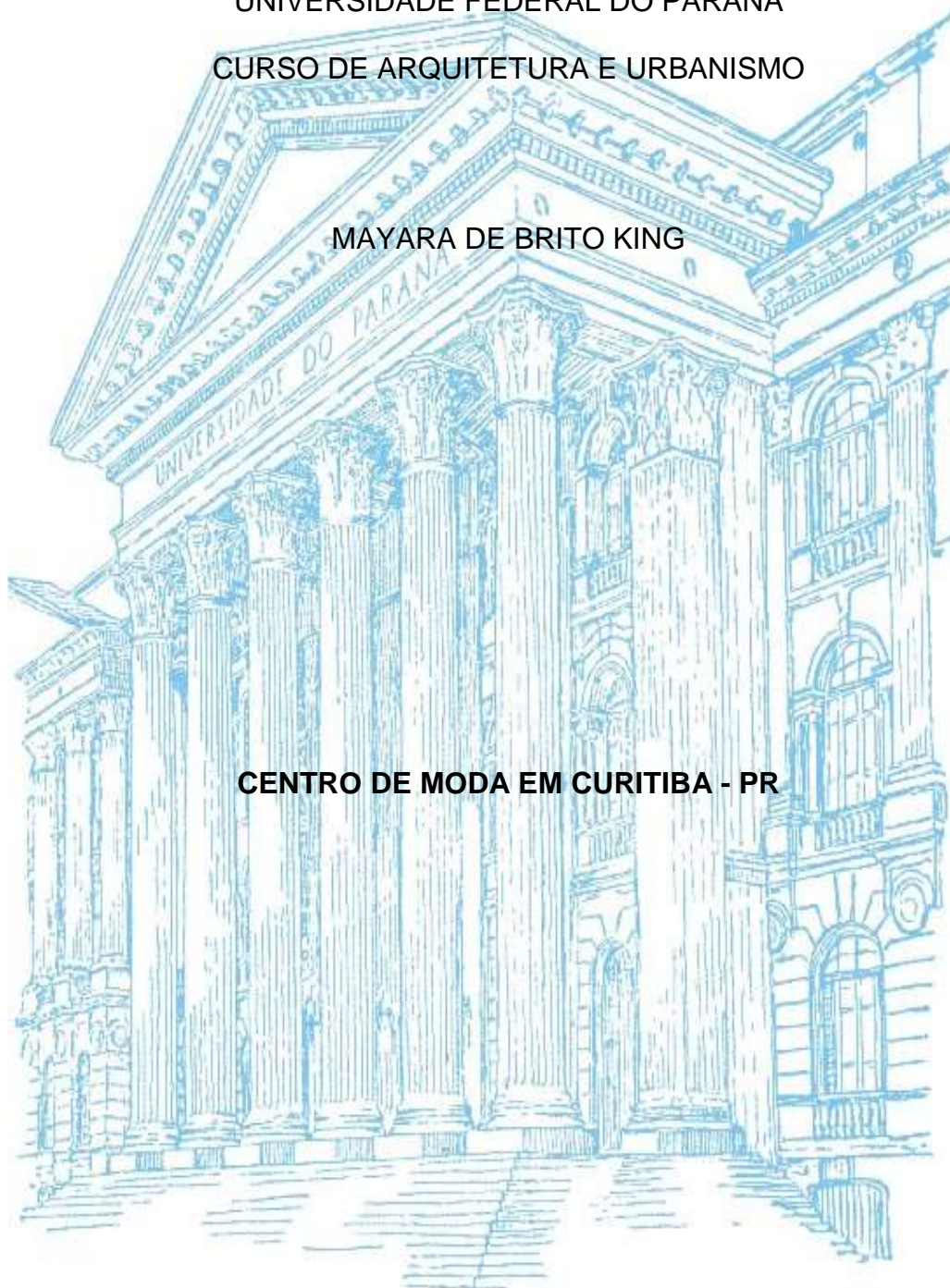


UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ  
CURSO DE ARQUITETURA E URBANISMO

MAYARA DE BRITO KING



**CENTRO DE MODA EM CURITIBA - PR**

CURITIBA  
2015

MAYARA DE BRITO KING

**CENTRO DE MODA EM CURITIBA - PR**

Trabalho apresentado como requisito parcial à obtenção do grau de Arquiteto e Urbanista no curso de graduação em Arquitetura e Urbanismo, Setor de Tecnologia da Universidade Federal do Paraná.

Orientadora: Profa. Eneida Kuchpil

CURITIBA  
2015

*O melhor que podemos imaginar para o futuro é quando podemos de alguma forma  
construí-lo.*



## **AGRADECIMENTOS**

A meus pais, que sempre me incentivaram e acreditaram em mim.

Ao meu namorado, por sempre estar ao meu lado.

Aos meus amigos e a todos que participaram de alguma forma do meu trajeto no curso.

A minha orientadora, Eneida Kuchpil pelo apoio, orientação e confiança.

## **EPÍGRAFE**

“A moda está a serviço da cultura e do comportamento, do design e da abrangência dessas atividades como criação de uma nova leitura da cultura brasileira.”

(BORGES, 2005)

## RESUMO

O objetivo da presente monografia é estudar o tema do Centro de Moda, analisando os principais aspectos sobre o assunto, como a história da moda, sua relação com a arquitetura, espaços fundamentais para uma escola de moda, inserindo a contextualização histórica de quando esses elementos começaram a surgir no Brasil. Como esta monografia visa servir de base teórica para a elaboração de um projeto, ela aborda também o local de inserção desse projeto, analisando o terreno escolhido e seu entorno, e propondo um programa de necessidades que atenda o tema proposto. No trabalho foram analisadas obras com características similares ao projeto a ser desenvolvido, para que possam servir de embasamento para a elaboração do projeto.

Palavras-Chave: Centro de Moda, Escola, Brasil.

## **ABSTRACT**

The purpose of this monograph is to bring to the readers the theme of Fashion Centre, considering the main factors that comprise it, as the history of fashion, its relation to architecture, fundamental spaces for a fashion school, entering the historical context of when these elements began to emerge in Brazil. As this monograph is intended as a theoretical basis for the development of a project, it also covers the insertion site of this project, discussing about the chosen site and its surroundings, and the program needs to suit the theme. Throughout his work were analysed works that have some resemblance to the future project, so that they can provide inspiration in solving problems that will arise during the development of the project.

Keywords: Fashion Center, School, Brazil.



## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Quítón Grego (Fonte:modagrega.com.br).....	21
Figura 2 – Toga Romana (Fonte: glossariofashion.com.br) .....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
Figura 3 – Vestuário da Corte, povo Bizantino (Fonte: histemoda.blogspot.com.br).	22
Figura 4 – Vestuário da Corte, povo Biazntino (Fonte: histemoda.blogspot.com.br) .....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
Figura 5 – Vestuário do periodo Gotico (Fonte: tempomedieval.com.br) .....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
Figura 6 – Vesrtuario do periodo Gotico (Fonte: modahistórical.com.br) .....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
Figura 7 – Vestuário no Renascimento (Fonte: modahistórical.com.br) .....	25
Figura 8 – Vesrtuario Barroco (Fonte: modahistórical.com.br) .....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
Figura 9 – Vesrtuario na Era Vitoriana (Fonte: picnicvitorianocwb.com) .....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
Figura 10 – Vesrtuario na Era Vitoriana (Fonte: picnicvitorianocwb.com) .....	28
Figura 11 – Anos 20, a cintura desce para o quadril, as Melindrosas. (Fonte: modahistórical.com.br) .....	29
Figura 12 – A Moda hippie (Fonte: fashionatto.literatortura.com). .....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
Figura 13 – Desfile do FashioRio (Fonte: estilosamiracampos.com.br) .....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
Figura 14 – Desfile da SPFW (Fonte: maisliberadojunior.com.br) .....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
Figura 15 - Evento LabModa (Fonte: labmoda.art.br) ..	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
Figura 16 - Evento LabModa (Fonte: labmoda.art.br) .....	37
Figura 17 – Arquitetura de Lina Bo Bardi e roupa da grife Maria Bonita (Fonte: al- urbano.blogspot.com.br/)... ..	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
Figura 18 – Channel e a obra de Le Corbusier (Villa Savoye) (Fonte: al- urbano.blogspot.com.br) .....	37

Figura 19 – Obra do estilista Pedro Lourenço e arquitetura de Oscar Niemeyer (Espaço Oscar Niemeyer, França (Fonte: al-urbano.blogspot.com.br) .....	40
Figura 20 – Arquitetura ditando Moda ou vice-versa, a direita edifício TOD's, por Toyo Ito. (Fonte: tokyoarquitetura.blogspot.com.br) .....	37
Figura 21 – Perspectiva conjunto FIEP/SESI/SENAI (Fonte:willer arquitetos) .....	46
Figura 22 – Planta térre SENAI (Fonte:willer arquitetos).....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
Figura 23 – Acesso principal do edifício (al-urbano.blogspot.com.br/senai-pr-curitiba/) .....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
Figura 24 – Vista inteira do complexo (al-urbano.blogspot.com.br/senai-pr-curitiba/) .....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
Figura 25 – Corte transversal (Fonte:willer arquitetos).....	49
Figura 26 – Hall comum (Fonte: do autor).....	49
Figura 27 – Acesso à escola de moda (Fonte:do autor).....	50
Figura 28 – Sala de aula teórica (Fonte: do autor) .....	51
Figura 29 – Sala de informática (Fonte: do autor) .....	51
Figura 30 – Sala de costura (Fonte: do autor).....	51
Figura 31 – Vitrine (Fonte: do autor) .....	51
Figura 32 – Ateliê (Fonte: do autor).....	51
Figura 33 – Fachada do edifício (Fonte:al-urbano.blogspot.com.br/senai-pr-curitiba/) .....	52
Figura 34 – Perspectiva do entorno e implantação (Fonte: jclg arquitetos).....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
Figura 35 – Foto da maquete do projeto (Fonte:jclg arquitetos)...	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
Figura 36 – Foto da maquete do projeto (Fonte:jclg arquitetos).....	55
Figura 37 – Silueta de mulher (Fonte:willer arquitetos) .....	55
Figura 38 – Foto da maquete do projeto (Fonte: jclg arquitetos).....	56
Figura 39 – Perspectiva esquemática (Fonte:jclg arquitetos).....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
Figura 40 – Planta superior, escola (Fonte: jclg arquitetos) .....	59
Figura 41 – Planta térrea, pátio público (Fonte:jclg arquitetos) .....	59
Figura 42 – Planta subterrânea, exposição (Fonte:jclg arquitetos) .....	60
Figura 43 – Foto da maquete do projeto (Fonte:willer arquitetos).....	61

Figura 44 – Perspectivas internas (Fonte: jclg arquitetos) .....	61
Figura 45 – Corte longitudinal (Fonte:jclg arquitetos)...	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
Figura 46 – Implantação do edifício (Fonte:mecanoo arquitetos).	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
Figura 47– Perspectiva do edifício (Fonte:mecanoo arquitetos)...	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
Figura 48 – Corte transversal (Fonte:mecanoo arquitetos) .....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
Figura 49 – Corte tansversal (Fonte:mecanoo arquitetos) .....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
Figura 50 – Plantas baixas (Fonte:mecanoo arquitetos) .....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
Figura 51 – Mudança de cor do espaço multifuncional (Fonte:mecanoo arquitetos) .....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
Figura 52 – Espaço multifuncional (Fonte:mecanoo arquitetos)...	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
Figura 53 – Fachada do edifício (Fonte:mecanoo arquitetos) .....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
Figura 54 – Fachada do edifício, vista interna (Fonte:mecanoo arquitetos) .....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
Figura 55 – Perspectiva interna (Fonte:mecanoo arquitetos).....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
Figura 56 – Vista interna, circulação (Fonte:mecanoo arquitetos)	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
Figura 57 – Sombras da fachada metálica (Fonte:mecanoo arquitetos) .....	70
Figura 58 – Vista interna, exposição (Fonte:mecanoo arquitetos) .....	70
Figura 59 – Perspectiva interna, passarela (Fonte:mecanoo arquitetos) .....	70
Figura 60 – Vista noturna (Fonte:mecanoo arquitetos) .....	70
Figura 61 – Curitiba, Regional Matriz (Fonte:ippuc.org.br).....	71
Figura 62 – Regional matriz, Prado velho (Fonte: ippuc.org.br) .....	71
Figura 63 – Prado velho, terreno escolhido (Fonte: ippuc.org.br) .....	72
Figura 64 – Zoneamento (Fonte:ippuc.org.br).....	73
Figura 65 – Mapa síntese (Fonte: ippuc.org.br).....	75
Figura 66 – Terreno (Fonte: do autor) .....	76

Figura 67 – Imagens entorno (Fonte: do autor).....	79
Figura 68 – Imagens entorno (Fonte: do autor).....	79
Figura 69 – Imagens entorno (Fonte: do autor).....	79
Figura 70 – Imagens entorno (Fonte: do autor).....	80
Figura 71 – Imagens entorno (Fonte: do autor).....	80
Figura 72 – Imagens entorno (Fonte: do autor).....	80
Figura 73 – Imagens entorno (Fonte: do autor).....	81
Figura 74 – Imagens entorno (Fonte: do autor).....	81
Figura 75 – Organograma e setorização (Fonte: do autor) .....	85

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>15</b>
<b>2</b>	<b>DELIMITAÇÃO DO TEMA</b> .....	<b>17</b>
	1.1 OBJETIVO GERAL .....	17
	1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	17
	1.3 JUSTIFICATIVA .....	17
	1.4 METODOLOGIA DE PESQUISA .....	18
<b>3</b>	<b>CONCEITUAÇÃO TEMÁTICA</b> .....	<b>19</b>
	3.1 DEFINIÇÃO E CONCEITO DO TERMO MODA .....	20
	3.2 HISTÓRIA DA MODA .....	20
	3.2.1 Pré-História e Idade Antiga .....	20
	3.2.2 Antiguidade Clássica .....	21
	3.2.3 Idade Média .....	23
	3.2.4 Idade Moderna .....	26
	3.2.5 Idade Contemporânea .....	27
	3.3 A MODA NO BRASIL .....	33
	3.4 CURITIBA SURGE NO CENÁRIO DA MODA .....	36
	3.5 INDÚSTRIA DA MODA: IMPORTÂNCIA DO SETOR NA ECONOMIA BRASILEIRA .....	37
	3.6 MODA COMO INCLUSÃO SOCIAL .....	39
	3.7 MODA E ARQUITETURA .....	39
<b>4</b>	<b>CONCEITOS PROJETUAIS</b> .....	<b>43</b>
	4.1 ATELIÊ DE MODA .....	43
	4.1.1 Ateliês .....	44
<b>5</b>	<b>ESTUDO DE CORRELATOS</b> .....	<b>46</b>
	5.1 COMPLEXO FIEP-SESI-SENAI: CURSO DE MODA – SENAI PR ....	46

5.2 GANHADOR DO 2º LUGAR DO CONCURSO INTERNACIONAL MODAM – MUSEU E ESCOLA DE MODA DE MILÃO.....	54
5.3 GANHADOR DO 4º LUGAR DO CONCURSO INTERNACIONAL MODAM – MUSEU E ESCOLA DE MODA DE MILÃO.....	63
5.4 ANÁLISE DOS ESTUDOS CORRELATOS .....	70
<b>6 ANÁLISE DA REALIDADE .....</b>	<b>71</b>
6.1 LOCAL PARA A IMPLANTAÇÃO DO CENTRO DE MODA .....	71
6.1.1 Localização.....	71
6.1.2 Terreno .....	73
<b>7 DIRETRIZES GERAIS DO PROJETO .....</b>	<b>80</b>
7.1 PROJETO PROPOSTO.....	80
7.2 ANÁLISE DO PÚBLICO ALVO .....	81
7.3 DEFINIÇÃO PRELIMINAR DO PROGRAMA DE NECESSIDADES...82	
7.3.1 Organograma Funcional.....	83
<b>8 CONCLUSÃO.....</b>	<b>85</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>87</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Falar da moda brasileira é documentar significativos passos num relativo e curto espaço de tempo. Essa identidade só se concretizou na segunda metade do século XX.

A moda é fundamental para criar a identidade cultural de um país. Ela gera empregos e é a indústria que mais contrata mão-de-obra feminina em toda a História. Há 20 anos, está entre as maiores e mais importantes indústrias do Brasil. Em 1997 o Brasil tinha 4 cursos de moda hoje tem mais de 150. Diante a esses dados é impossível contestar a imponência e a relevância do setor para economia, ela representa 16,4% dos empregos da indústria de transformação e cerca de 5,5% do PIB industrial brasileiro, com cerca de 33 mil empresas em todo país.

Hoje, a São Paulo Fashion Week conseguiu mostrar que há uma moda brasileira. O Brasil está no calendário mundial e tem a importância comparável à das semanas de Nova York, Milão, Paris e Londres. Antes da SPFW, vivíamos num Brasil que fazia cópias.

O Centro de Moda vai se configurar como uma ferramenta de extensão e de disseminação cultural para a sociedade, ajudando na formação do cidadão em busca de um desenvolvimento humano sustentável. Proporcionará àqueles que o visitarem, a chance de um maior conhecimento sobre a arte da moda, a inclusão social e aumento de renda através do trabalho manual, a participação em palestras e oficinas que o colocarão dentro de um cenário cultural, lançando ideias sobre o papel do Homem na sociedade e no Mundo.

São Paulo, junto as cidades europeias, já respira os ares da moda. A função do Centro de Moda é trazer essa atmosfera repleta de arte, criatividade e informação para Curitiba. A cidade não possui um lugar pensado para tais funções, principalmente tratando-se de espaços para ensino e eventos de moda com infraestrutura adequada.

O Centro de Moda será como um laboratório experimental e um lugar de encontro para todos que estão envolvidos com a moda, tornando-se uma plataforma de reflexão dividida em espaços restritos de ensino e espaços públicos de eventos.

Estará de portas abertas aos cidadãos, através de suas exposições, suas oficinas, seus encontros com profissionais do design e da cultura, sua biblioteca; criando um diálogo entre a cidade e a moda. Dar forma a retalhos de tecidos e agregar valor a essas peças, tornando-as obras de arte. O Centro de Moda de Curitiba tem como papel acolher os amantes da moda e curiosos afins na busca incessante do novo.



## 2 DELIMITAÇÃO DO TEMA

### 1.1 OBJETIVO GERAL

O objetivo geral desta monografia é realizar um levantamento de informações com valor arquitetônico importante para o desenvolvimento do projeto de um Centro de Moda no Município de Curitiba, elaborando um espaço destinado à ensino, criação, produção e divulgação de moda em Curitiba e proximidades.

### 1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Realizar pesquisa sobre a história da Moda. Qual foi sua evolução, pontos principais e sua importância tanto na história internacional quanto nacional.

Pesquisar e analisar estudos correlatos.

Pesquisar e interpretar a realidade das escolas de moda no Brasil.

Propor programa de necessidades e diretrizes projetuais, priorizando os espaços, matérias e as atividades específicas que uma escola de moda precisa.

### 1.3 JUSTIFICATIVA

Roupas, independentemente de moda, sempre foram, são e serão diferenciadores e denunciadores das camadas da sociedade à qual o portador pertence, verdadeiras estratificadoras sociais, seja pela cor, tecido, corte, volume, forma, técnica etc.

O setor de moda está em constante evolução, cada vez mais ágil e globalizado, contribui para a economia, gera empregos, valoriza a cultura

brasileira, a beleza e a arte. Buscando um espaço para promoção social, educacional e cultural, não só para profissionais da área, mas para a cidade.

O Centro de Moda funcionará não só como um espaço de ensino, mas também para explorar ideias, criatividade e cultura. A cidade não possui um espaço específico para a fomentação dessas ideias com infraestrutura adequada, no âmbito da moda.

#### 1.4 METODOLOGIA DE PESQUISA

A pesquisa foi realizada a partir da coleta de dados em livros e estudos científicos retirados da Biblioteca da Universidade Federal do Paraná, da Universidade Positivo, PUC PR e SENAI, além de materiais encontrados na internet, entre outros mecanismos de pesquisa. Em seguida foi realizada a organização dos dados encontrados em capítulos que contemplam os objetivos específicos e feita uma análise crítica das informações abordadas.

### 3 CONCEITUAÇÃO TEMÁTICA

De acordo com Barnard (2003), como objeto de pesquisa, de fato, a moda é um fenômeno completo, porque além de propiciar um discurso histórico, econômico, etnológico e tecnológico, também tem valência de linguagem, na acepção de sistema de comunicação, isto é, um sistema de signos por meio do qual o ser humano delinea a sua posição no mundo e a sua relação com ele. Nessa perspectiva, pode-se afirmar que a moda funciona como uma “sintaxe”, ou seja, como um sistema de regras mais ou menos constante.

Mas nem toda moda está conectada com leituras políticas ou sociais. A moda possui entre outras facetas singulares a busca pela individualidade e a necessidade de integração social. Observamos que a moda se disponibiliza como ferramenta ou procedimento. (CALANCA, 2008). Esta caracterização das maneiras, dos usos e do vestuário de um grupo por um determinado tempo implica processos bem mais profundos e significativos.

A grande variedade e a contínua sucessão de novidades no vestuário não existiam nas sociedades antigas, que, apesar de variar as suas formas de vestir ao longo dos tempos, as suas modificações não respondiam ao sucesso do que é novo, mas sim às grandes transformações culturais. A moda dá conta de uma estruturação simbólica própria de uma determinada cultura, tem como característica principal apresentar-se como transitória e com renovação constante. (BRAGA, 2006).

De acordo com Braga (2006), a moda é uma realidade presente em todos os períodos históricos. Uma realidade passível de se tornar um tema historiográfico que permite investigar tanto a organização habitual como as grandes estruturas econômicas da sociedade, contemporânea ou bem distante no tempo e no espaço.

Apesar da generalização da moda nos séculos XIX e XX, permanecem ainda diferenças sociais e de classe. Constitui um elemento capaz de inserir o indivíduo no seu grupo social, ao mesmo tempo em que oferece determinados

padrões estandardizados e os introduz no mercado. A moda ainda, transmite aos outros quem somos.

(Adaptado de GIMENES, Angela; VALENCIA, Maria. Revista Crb, janeiro de 2012)

### 3.1 DEFINIÇÃO E CONCEITO DO TERMO MODA

O termo moda surgiu no final da Idade Média, princípio da Idade Moderna. Na linguagem, a palavra “moda” é usada com diferentes nuances de significado, em uma série de locuções: “na moda”, “da moda”, “de última moda”, “estar na moda”, etc. É um termo que pode ser comparado, metaforicamente a um caleidoscópio: assim como neste é possível percorrer múltiplos caminhos visuais, também a palavra “moda” permite vários percursos semânticos, que dão lugar a outras tantas imagens simétricas (CALANCA, 2008).

**Moda.** s.f. Uso passageiro que rege, de acordo com o gosto do momento, a maneira de viver, de vestir etc. Fantasia, gosto, maneira ou modo segundo o qual cada um faz as coisas. Cantiga, ária, modinha. (Cf. Dicionário da Língua Portuguesa).

Segundo Braga (2006), moda é modo, é maneira, é comportamento. A origem da palavra é latina, vem de *modus* que quer dizer, exatamente, modo. Falar de moda não é falar somente da maneira de se vestir. O “estar na moda” é muito mais abrangente, visto que pode estar associado à arquitetura, à decoração, a uma atitude de vida, a um hábito, a lugares, etc. No entanto, quando se fala de moda, imediatamente se estabelece uma relação com as questões de se vestir num determinado padrão vigente.

### 3.2 HISTÓRIA DA MODA

#### 3.2.1 Pré-História e Idade Antiga

Primeiro as folhas vegetais e, posteriormente, as peles de animal. Foi assim a sequência evolutiva da vestimenta humana no período da Pré-história. O ser humano cobria o corpo pelo caráter de adorno e, também, pelo de proteção. Qualquer que tenha sido a sua intenção, cobrir o corpo foi uma necessidade.

Sob o ponto de vista do adorno, foi uma maneira que o ser humano encontrou de se impor aos demais. O outro aspecto, o de proteção, está associado a questão de sobrevivência com relação às agressões externas e às intempéries, principalmente o frio.

Na Mesopotâmia, os povos já conheciam a tecelagem (ainda com características bem primitivas), usavam um saio de pele com o pelo de animais. O tecido predominante usado na região foi o algodão produzido na própria região ou vindo da Índia.

Já no Egito como o clima também era muito quente como na Mesopotâmia, suas roupas eram bem sucintas. O traje típico era uma tanga e uma túnica longa usada por cima. A base têxtil era sempre a fibra vegetal, especialmente o linho; porém o algodão também se fazia presente. A fibra animal natural era considerada impura e, portanto, proibida pela religião local.

### 3.2.2 Antiguidade Clássica

Segundo Stevenson (2012), a indumentária grega foi muito peculiar, eles preocupavam-se mais com os valores estéticos de suas roupas. Um retângulo de tecido era suficiente para criar a peça mais característica de sua indumentária: o *quítion*, que quer dizer “túnica de linho”. Além do linho a lã também servia como base têxtil da peça.

Com o passar do tempo, a indumentária grega foi se tornando luxuosa e ostensiva, chegando mesmo a excessos.



Figura 1: Quíton Grego (fonte:modagrega.com.br)

Já em Roma, via-se nítidas referências a valores gregos presentes no contexto da estética romana. A peça característica da vestimenta romana foi a *toga*. Os romanos usavam a túnica e, por cima dela, a *toga*, que era extremamente volumosa e denunciadora do status social daquele que a portava, a peça era normalmente de lã.



Figura 2: Toga Romana (fonte:glossariofashion.com.br)

### 3.2.3 Idade Média

O ano de 476 marcou a queda do Império Romano do Ocidente, terminado assim o período da Idade Antiga e dando início ao da Idade Média. A Idade Média trouxe uma série de diferenciações no campo da costura. A habilidade dos artesãos fez com que as roupas passassem a ser mais refinadas, costuradas de forma esmerada, com aplicação de joias e pedrarias.

A causa maior, porém, não a única, da queda do Império Romano foi a invasão dos povos bárbaros. De acordo com Stevenson (2012), no que diz respeito as roupas desses povos, eles trabalhavam muito a lã, mas também o linho, o cânhamo e o algodão para elaborarem seus tecidos criando túnicas, mantos e espécies de calças. Já os povos Bizantinos a seda foi o principal tecido utilizado. Esse tecido normalmente só podia ser usado pelos altos funcionários da corte. As roupas eram bordadas com fios de ouro e prata, pérolas e pedras preciosas. As mulheres começaram a usar vestidos atados na parte de cima do corpo e os homens passaram a usar mangas por baixo de suas túnicas.



Figura 3: Vestuário da Corte, povo Bizantino (fonte: histemoda.blogspot.com.br)



Figura 4: Vestuário da Corte, povo Bizantino (fonte: histemoda.blogspot.com.br)

Como já foi dito anteriormente, a invasão dos povos bárbaros em território do Império Romano foi a principal causa da queda do mesmo. Houve com isso, um considerável êxodo urbano para começar a partir daí uma nova proposta de vida ligada ao campo.

Os centros urbanos que passavam por grandes crises econômicas fizeram aparecer um novo sistema político econômico associado a um senhor e suas respectivas propriedades rurais. Assim surgiram os feudos.

No que se refere as roupas, o próprio sistema feudalismo/vassalagem contribui para evidenciar as diferenças sociais. Porém, qualquer que fosse o grau da escala de prestígio na sociedade europeia, era bem diferente daquele luxo ostensivo bizantino.

A *gonelle*, tipo de túnica usada pelos homens desse período, ficava na altura das panturrilhas para os mais endinheirados, e não chegando aos joelhos para os menos favorecidos. Usavam também calções chamados *braies*. As túnicas femininas, recebiam o nome de *stolla*, eram presas aos ombros por broches e atadas a um sinto.



Se a Alta Idade Média europeia correspondeu a um período associado ao campo, o da Baixa Idade Média ou período gótico, caracterizou-se de maneira diferente, pois houve um restabelecimento da economia urbana. Com o retorno da vida citadina a vestimenta foi mudando conseqüentemente. Os homens usavam meias, fossem de lã ou de linho, além dos calções longos (*braies*), presos a cintura por um cadarço. O uso de véus foi uma constante feminina no período gótico, com saias mais amplas e mais volumosas até os pés.



Figura 5: Vestuário do período Gótico (fonte: tempomedieval.com.br)



Figura 6: Vestuário do período Gótico (fonte: modahistorica.com.br)

### 3.2.4 Idade Moderna

Os séculos XV e XVI constituíram um tempo de renovação em toda a Europa. O comércio e a indústria se expandiram e a vida cultural citadina ganhou força. Os tempos agora são outros e no que diz respeito as roupas, estas também mudaram. A indústria têxtil deu um grande salto de desenvolvimento.

Dividida em três períodos: Renascimento, Barroco e Rococó, na Idade Moderna os nobres renovaram o visual com o uso da renda e do cetim. Estavam em voga tecidos como o linho, a lã e o algodão. As máquinas de costura começaram a funcionar a todo o vapor. Tem-se a distinção de vestimenta entre homens e mulheres. A roupa feminina cada vez mais se sobressai. Os vestidos longos valorizam o corpo, com o aparecimento dos decotes, o desenho dos quadris e etc. A moda masculina caminhava para os calças curtas e bufantes.



Figura 7: Vestuário no Renascimento (fonte: modahistorica.com.br)



Figura 8: Vestuário Barroco (fonte: modahistorica.com.br)

### 3.2.5 Idade Contemporânea

Aos poucos, a evolução no vestuário foi acontecendo. No século 19, a moda passa então a atender às necessidades de afirmação pessoal, do indivíduo como membro de um grupo, e também a expressar ideias e sentimentos. Antes, não havia distinção entre os tecidos usados por homens e os usados por mulheres; é no século 19 que o vestuário desses dois grupos se afasta cada vez mais. (JOÃO BRAGA, 2006, p.54).

Após a Revolução francesa, a moda começou a passar por um processo de mudança, as roupas passaram a ser mais práticas e de fato mais confortáveis, tornando se menos ostensiva e extravagante.

A Revolução Industrial estava a todo vapor, influenciando todo o processo criativo, da literatura às artes, da música à arquitetura e claro a moda.

No que diz respeito à moda, podemos dividir o século XIX em quatro períodos: Império, Romantismo, Era Vitoriana e La Belle Époque.

As roupas no período do Império mudaram drasticamente e o retorno à natureza passou a ser uma constante. Nada mais de bordados excessivos, tecidos luxuosos, corpetes, perucas e cabelos empoados. Para os homens a vestimenta ganhou sobriedade e para as mulheres a moda também se tornou menos ostensiva e extravagante.

O segundo período marcante do século XIX na indumentária foi o romantismo. Os vestidos chegaram as canelas e eram bem mais ornamentados do que aqueles do Império.

Segundo Stevenson (2012), o Romantismo defendeu a liberação das emoções do homem em detrimento de todo o racionalismo iluminista anterior, que limitava as emoções e a criatividade. Um complemento da moda masculina que se distinguiu na época foi a cartola, simbolizando a classe de forte poder econômico. Enfatizando mais uma vez a moda como símbolo de status e poder social.

A Era Vitoriana começou na metade do século XIX, todo o processo da Revolução Industrial estava indo muito bem, foi um período de grande prestígio da burguesia, uma vez que mais e mais pessoas podiam trabalhar com negócios e comércio. Toda essa prosperidade material influenciou a moda. Os tecidos eram muitos sofisticados e caros, como a seda, cetim, lã fina, entre outros.

Surgiu então na década de 50 do século XIX, na França, o conceito da alta-costura, cujo o criador foi Charles Frederick Worth. Worth vestia toda a prestigiada sociedade parisiense.

Paralelamente a alta costura, surgiu para o homem a roupa de trabalho, uma vez que a figura masculina se tornou o reflexo de uma sociedade produtiva. O homem passou a ficar cada vez mais sóbrio e sério nas roupas e a mulher cada vez mais enfeitada, mostrando o poder financeiro da figura masculina da qual ela era dependente.

No final do século XIX uma prática bem aceita foi o banho de mar, a roupa de banho foi bem diferente da que existe hoje, pois ela era geralmente de malha em fios de lã. Isso influenciou também a moda infantil, pois esta sempre havia sido uma cópia em miniatura da roupa adulta. Mas a partir do século XX isso muda.



Figura 9 e 10: Vestuário na Era Vitoriana (fonte:picnicvitorianocwb.com.br)

O quarto e último período distinto da moda no sec. XIX foi La Belle Époque. De acordo com Braga (2006), nas artes, especialmente as decorativas e também na arquitetura os valores tinham de fato mudado. Os novos materiais empregados nas construções arquitetônicas, tais como o ferro e vidro, criaram a possibilidade de novas linhas e novas formas até então inexistentes e inexploradas. Claro, que isso tudo influenciou na moda, o corpo feminino tornou-se também um verdadeiro repositório de linhas e curvas, onde a cintura nunca tinha sido tão afunilada como nesse momento.

De acordo com Sabino (2007), a alta costura continuava a diferenciar as classes sociais e na moda masculina pouca coisa mudou, pois já estava bem estruturada e fundamentada com as características.

Durante a primeira e segunda década do século XX, os tempos passaram a ser outros, por um motivo: a Primeira Guerra Mundial. A ausência da figura masculina no campo de trabalho, uma vez estando no campo de batalha, fez com que a mulher fosse ocupar sua posição atuando em vários setores. Com isso a moda sofreu algumas mudanças, ajustes a realidade da época. As roupas deveriam ser práticas, simples, de tecidos baratos e duradouros.

Um nome importante da moda, nasce nesse período: Coco Chanel. Coco propôs uma moda feminina bem simplificada, inspirada na praticidade e conforto da roupa masculina. Ao longo de seu percurso profissional, tornou-se o grande nome da moda do século XX.



Figura 11: Anos 20, a cintura da roupa desce para o quadril, as chamadas Melindrosas. (fonte: modahistorica.com.br)

Segundo Braga (2004), o final dos anos 30 foi marcado com o começo da Segunda Guerra Mundial (1939-1945), esses anos são tidos como marcantes na introdução de mudanças na moda. Sob a influência dos uniformes dos soldados, as roupas ganharam uma certa masculinização e, na moda feminina, duas peças passaram a compor o guarda-roupa das mulheres: as saias, que ficam mais justas e o casaco. As roupas ficaram mais simples e austeras.

Ao final da Guerra e início dos anos 50, a indústria da moda estava bem estabelecida, principalmente a norte americana pelo fato da guerra ter acontecido em solo europeu.

Os anos 50 foram também marcados pelos aspectos presentes na época anterior como o luxo, a sofisticação e o *glamour*, que caracterizam os anos dourados e a moda no seu esplendor. Ao final desta década, Paris torna-se novamente o centro de alta-costura,

recupera o *status* que ainda hoje mantém, de Capital da Moda. No entanto, é também por volta desta época que a capital francesa começou a sofrer com a concorrência da Inglaterra e dos Estados Unidos, que possuíam agora as suas próprias indústrias e que pretendiam evidenciar-se neste ramo, criando um estilo próprio e muito inovador. (ANGELA GIMENES, 2012).

As décadas de 60 e 70 foram influenciados pelo movimento cultural denominado *hippie*, que eram contra toda a divisão de classes e utilizam a moda como um instrumento em sua luta e revolta, para conscientização da futilidade dos atos e convicções da sociedade. Suas roupas eram jeans e calças militares usadas com enormes bocas de sino, tachinhas, bordados, franjas, muitos brilhos e cores.

A maquiagem foi focada para o público jovem, olhos marcados e batons em tons mais claros.

Os Beatles influenciaram a moda masculina, com paletós sem colarinho e o cabelo franja. Em Londres surgiram o paletó cintado, gravatas largas e botinas.



Figura 12: A moda hippie (fonte: [fashionatto.literatortura.com.br](http://fashionatto.literatortura.com.br))

Os anos 80, trouxeram uma verdadeira fusão de influências e contrastes, onde os opostos começaram a conviver em harmonia e ambos sendo aspectos da moda, o que perdura até os dias de hoje.

Era passada a ideia de que não existia mais uma única verdade de moda e sim várias realidades e possibilidades.

Segundo Gimenes (2012), a moda ganhou *status* no mundo; a aparência passou a ser importante. Os anos 80 vieram mulheres que descobrem seus poderes: decidida, executiva, determinada e forte em todos os sentidos. Nessa década, a tecnologia do tecido apoiada pela pesquisa têxtil, contribuiu ainda mais para a evolução da moda.

Pode-se dizer que os anos 90 vieram para representar o fim de barreiras e preconceitos no modo de vestir de cada um. Surgindo o aparecimento da liberdade de se expressar visualmente. Esse é o conceito que vai definir a moda nessa década.

De acordo com Malcolm (2003), no decorrer dos próximos anos, havia uma mistura de tendências num estilo retro, que trouxe de volta elementos característicos de outros momentos, mas ao mesmo tempo surgiam estilos bastante vanguardistas.

Chega o início do novo milênio. As mudanças começaram a ser muito mais aceleradas e a consciência ambiental passou a ser um estilo de vida.

Este é o período no qual a mídia passou a ter uma grande influência nas pessoas, e devido a isso o capitalismo fortaleceu-se. O início do século XXI é marcado por duas tendências: a que "nada se cria, e tudo se copia" e a "moda vem e vai" caracterizada pela moda retro. A moda hoje é despadronizada, diferente da produção em massa dos anos 50, que oferece através de um amplo leque modelos, versões e infinitas escolhas. Devido à busca por uma identidade própria, as pessoas passaram a criar peças com seu próprio estilo, utilizando-se de materiais alternativos produzindo dessa forma o desenvolvimento sustentável. (ANGELA GIEMENES, 2012)

Na contemporaneidade, a moda é uma forma de expressão individual. E a indústria fashion, que dita os costumes, começa a buscar referências naquilo que as pessoas comuns estão usando.



### 3.3 A MODA NO BRASIL

Não há exagero em dizer que o Brasil nasceu sob o signo da moda. Afinal, o primeiro produto que oferecemos ao mercado externo foi o pau-brasil: espécie arbórea usada para a extração de um pigmento, então raro e valorizado, nas cores vermelha e púrpura, usado para tingir tecidos. (BRAGA, 2011, p.32).

Segundo Chataignier (2010), no século XVIII a moda que aqui chegava era chamada de terceira mão, era inspirada em Paris, confeccionada em Portugal e trazida ao Brasil por navios lusitanos. Porém ao final do século XVIII, com a Revolução Industrial, grandes progressos com a tecnologia têxtil foram realizados inclusive no Brasil, pois até esse século os tecidos usados aqui eram chamados de panos ou fazendas. Entra em cena tecidos elegantes e nobres como tafetá, renda, veludo e cetim, seja em branco ou em cores.

Na década de 10 do século XX, as roupas eram copiadas da Europa, o material vinha da Europa e não tinha nenhum tipo de adaptação ao clima brasileiro, assim como na década seguinte a moda segue sendo ditada pela França.

De acordo com Lipovetsky (2009), a Segunda Guerra Mundial afetou o Brasil, na maior parte das vezes, indiretamente. Os anos duros da guerra afetaram drasticamente a produção têxtil europeia. Com isso, a indústria brasileira encontrou espaço para prosperar, aumentando exportações e substituindo tecidos importados. O Brasil ocupava a segunda posição mundial em capacidade produtiva e nosso forte continuava sendo o algodão. Capitalizado, o setor iniciou um processo de reaparelhamento, que permitiu ampliar a variedade e a qualidade do tecido nacional.

De acordo com Braga (2013), foi questão de tempo para que a indústria têxtil chegasse a outra ponta da cadeia – a criação da moda – para atingir seus objetivos. Sendo áreas inter-relacionadas e interdependentes, uma coisa levaria

à outra. Eventos de moda passaram a ser estimuladas e promovidos pelas têxteis em ações isoladas ou conjuntas. Ocorreram os primeiros movimentos consistentes para a promoção da moda feita no Brasil. Foi quando se começou a ouvir falar de “moda brasileira” ou “moda feita no Brasil”. Isso acontece mais ou menos entre os anos de 1946 a 1960. É também nessa época que surgem figuras marcantes na moda brasileira como Carmen Miranda. E Zuzu Angel.

Zuzu Angel lançou uma coleção em Nova York e foi a primeira profissional de moda no Brasil a se inspirar em temática nacional, deixando assim umas das maiores contribuições autorais para o país.

Ao Longo de quase duas décadas – entre fins de 1950 e meados de 1970- , expoentes da chamada alta costura brasileira ganharam destaque não apenas em São Paulo, maior metrópole industrial do país, mas também nas principais capitais brasileiras, alcançando maior ou menor projeção.

São Paulo de tornou o principal centro da moda brasileira no período, seguindo um fenômeno internacional: a moda florescia, sempre, nas metrópoles industriais do mundo, justamente porque elas concentravam maior poder econômico – casos de Milão (Itália), Londres (Inglaterra), Nova York (EUA) e, obviamente, Paris (França). Assim, oi principalmente na maior cidade do brasil que os costureiros encontraram espaço para exercitar seu ofício de luxo. O início foi difícil para todos, ainda mais para os que adivinham de origens humildes. Abria-se, contudo, para eles, uma porta de entrada para a moda da alta costura e das confecções, ambas carentes de criadores, habituadas até ali a importação ou copiagem da moda francesa. (JOAO BRAGA, 2013, p.79).

A década de 60 foi marcada por movimentos jovens, pela crise inflacionaria e pela ditadura militar no Brasil. A jovem guarda fazia sucesso na televisão e ditava moda.

A partir dos anos 70 e 80 acontece a descentralização da moda regida por uma única tendência. A moda oferece diferentes estilos e matérias como: tecidos sintéticos e rústicos; estampas geométricas e florais; moda romântica e unissex; saias curtas e longas; brilho, jeans e moda esportiva.

As roupas também são marcadas pelo exagero e ambiguidade na cor, nas formas, cabelo e acessórios.

Foi a partir da década de 1990 que as primeiras gerações de estilistas e profissionais de moda graduados nas escolas pioneiras do país chegaram ao mercado. Moda se tornava uma área de formação profissionalizada, com metodologias e técnicas próprias.

Essa mesma época foi marcada pela abertura do mercado para os importados, a moda movimentou a economia e ganhou reconhecimento no mercado nacional e internacional. No mercado de luxo, lojas como a pioneira Daslu, aproveitaram a abertura do mercado, para trazer grifes internacionais para São Paulo.

Em 1995, o evento chamado de Morumbi Fashion Brasil aconteceu na Bienal de São Paulo do Parque do Ibirapuera. Organizado pelo Grupo Luminosidade do empresário e promotor de eventos Paulo Borges o evento modificou completamente o calendário da moda brasileira. A semana de moda ganhou o nome de São Paulo Fashion Week a partir da edição de janeiro de 2001 e até hoje.

Em julho de 2002 foi realizada a primeira edição do Fashion Rio, “evento oficial da moda carioca”, a beleza natural da cidade do Rio de Janeiro foi uma ferramenta internacional utilizada para chamar atenção para a produção de moda no Brasil. Junto com a São Paulo Fashion Week, o Fashion Rio são as referências da moda brasileira de hoje.



Figura 13: Desfile do Fashion Rio (fonte: estilosamiracampos.com.br)



Figura 14: Desfile da SPFW (fonte: maisliberadojunior.com.br)

A moda hoje é marcada pela evolução tecnologia. A moda adere ao uso de tecidos de alta performance, as possibilidades se tornam infinitas e cabe a cada um escolher o que mais se parece com seu perfil.

### 3.4 CURITIBA SURGE NO CENÁRIO DA MODA

A capital paranaense aos poucos está crescendo no cenário da moda, tanto nacional quanto internacional. As escolas de moda em Curitiba vêm crescendo e aparecendo novos cursos nas universidades. Hoje temos cursos na área de moda nas universidades Positivo, PUC PR e no Senai.

Nos últimos anos Curitiba ganhou o LABmoda (Semana de Moda de Curitiba), que nasceu da necessidade dos profissionais de moda de Curitiba terem um espaço de criação e experimentação. Eles criaram essa semana em 2009 e já aconteceram 6 edições do evento.

Outra ação importante, não só para Curitiba mas para todo o estado do Paraná, foi o IMOP (Instituto de Moda no Paraná), o instituto foi lançado em novembro de 2011, tendo assim um espaço para dialogar, debater, atualizar-se.

Entre as ações realizadas pelo instituto estarão cursos, oficinas, seminários, palestras, intercâmbios, exposições e pesquisa para registrar a memória da moda paranaense, valorizando o que se produz no estado.



Figura 15 – Evento LabModa (fonte:labmoda.art.br)



Figura 16 – Evento LabModa (fonte:labmoda.art.br)

### 3.5 INDÚSTRIA DA MODA: IMPORTÂNCIA DO SETOR NA ECONOMIA BRASILEIRA

Atualmente, de acordo com a ABIT (Assoc. Bras. De Ind. Têxteis), o Brasil ocupa a quarta posição entre os maiores produtores mundiais de artigos de vestuário e a quinta posição entre os maiores produtores de manufaturas têxteis.

O setor tem enorme relevância no desenvolvimento econômico e social brasileiro, respondendo por 5,7% da receita de toda a indústria de transformação local. Também dá emprego a mais de 16,4% de todos os trabalhadores (cerca de 1,6 milhão), que nele encontra o seu principal meio de sustento. Demonstrando que, além da sua grande relevância econômica, esse é um segmento de forte impacto social.

Em 2014, a cadeia têxtil e de confecção produziu cerca de US\$ 58,2 bilhões. Os números mostram que ainda somos uma grande e potencial cadeia produtiva, com um parque de máquinas e equipamentos com custo de reposição equivalente a mais de R\$ 150 bilhões e mais de 33 mil empresas em todo território, provando que esse setor é, mais que tudo, uma forte vocação nacional.

O mercado de moda a cada dia se profissionaliza e vira carreira, e um dos grandes atrativos deste mercado é a variedade de escolhas profissionais que ele abre, como ateliês de criação, confecções ou lojas, que são os mais conhecidos, mas oferece muitas outras opções como revistas, produção, consultoria, personal stylist, editora de moda, figurinista, fotógrafo de moda, comprador de varejo, jornalista de moda, modelo, cabelereiro, maquiador, vendedor.

A produção e o faturamento do setor vêm crescendo nos últimos dois anos. A moda brasileira tem ascendido e está entre as cinco maiores Semanas de Moda do mundo.

O país é referência mundial em design de moda praia, jeanswear e homewear (peças confortáveis e descontraídas, mais usadas em casa), tendo crescido também os segmentos de fitness e lingerie.

### 3.6 MODA COMO INCLUSÃO SOCIAL

A moda utiliza-se muito do trabalho artesanal, há várias possibilidades desse trabalho manual para a obtenção das peças de moda ou de apliques a essas peças. Como exemplo está o tricô, o crochê, o bordado entre outros.

Para que essa técnica seja difundida é preciso mão de obra qualificada, no qual a escola pode ser papel importante nessa transmissão de conhecimentos do trabalho manual.

João Braga (2006) afirma que este aprendizado é uma verdadeira forma de valorização pessoal, é uma maneira também do aprendiz sentir-se incluso e valorizado numa sociedade; é uma espécie de código de pertencimento, reconhecimento e inclusão social que possibilita a valorização da autoestima e sustentação financeira pessoal, familiar e por extensão social.

O Centro de moda será um aliado importante nesse papel, oferecendo cursos básicos para a população, como exemplo cursos de corte e costura, de alfaiataria, acabamentos de alta costura, entre outros.

Esses cursos atenderiam a crescente demanda de mão-de-obra qualificada nas indústrias têxteis e confecções em escala crescente na região. Criando oportunidades de trabalho, renda e inclusão social.

### 3.7 MODA E ARQUITETURA

Relações próximas entre áreas da produção cultural, especialmente as dos vieses artísticos, sempre se fizeram presentes.

Apesar de serem áreas aparentemente distintas da produção cultural, podemos muitas vezes perceber uma mesma linguagem, especialmente estética, presente tanto numa realidade quanto na outra. Sem falar na questão de estrutura, forma e matérias que se fazem necessários estudar em ambas as

áreas. Ambas falam de criação, complementando-se não apenas pela forma, mas também pela função, termos e conceitos.

Muitos arquitetos têm buscado na moda influências para tornar suas obras e espaços fluidos e dinâmicos, desejando flexibilidade e movimento, assim como os tecidos. Os estilistas motivados pelo design, textura e etc, buscam inspirações em projetos arquitetônicos, com o intuito de criar suas coleções com uma linguagem consistente e um estilo atual.

Ainda nos anos 1920, a estética Bauhaus, definida por Walter Gropius em 1919, associado às formas construídas às suas respectivas funções, pode ser percebida e entendida na moda através dos conceitos de Chanel, quando propõe roupas práticas, funcionais e mais confortáveis.

Brasília é inaugurada em 1960 e logo se torna referência mundial de arquitetura. Suas famosas construções projetadas por Oscar Niemeyer têm uma correspondência na moda desse período com roupas mais estruturadas de essência geométrica e de recortes curvilíneos.

O minimalismo da arquitetura dos anos 1980 também influenciou a moda. Nesse período, a estética minimalista atingiu também as artes plásticas e a música. Purismo de formas nos prédios de vidro e concreto e limpeza visual nas roupas de cortes engenhosos e cores neutras faziam uma verdadeira interface estética.

Já no final do século XX e neste início de século XXI, aspectos como releituras históricas, mistura de matérias, hibridismo estilísticos, pluralidade de formas, aspectos de desconstrução estrutural e visual, características de personalização e referências de luxo e requinte se fazem presentes tanto nas construções arquitetônicas quanto nas criações de moda. Portanto, ao longo de todo o processo histórico, seja de maneira mais perceptível ou mais sutil, arquitetura e moda sempre caminharam juntas em possibilidades técnicas, estéticas e estruturais. Independentemente de ser arquitetura influenciando a moda ou a moda influenciando a arquitetura.





Figura 17 – Arquitetura de Lina Bo Bardi e roupa da grife Maria Bonita (fonte:alurbano .blogspot.com.br)

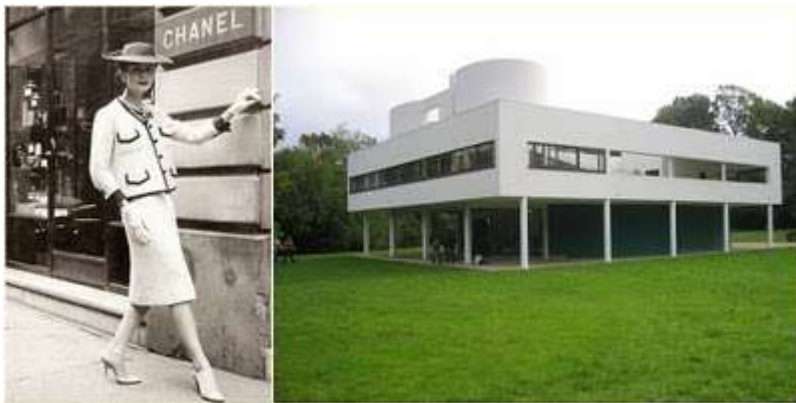


Figura 18 – Chanel e a obra de Le Corbusier (Villa Savoye) (fonte:alurbano .blogspot.com.br)



Figura 19 – Obra do estilista Pedro Lourenço e arquitetura de Oscar Niemeyer (Espaço Oscar Niemeyer, França. (fonte:alurbano .blogspot.com.br)



Figura 20 – arquitetura ditando moda ou vice-versa, a direita edifício TOD'S, por Toyo Ito. (fonte:tokyoarquitetura. Blogspo.com.br)

Moda é arquitetura. É apenas uma questão de proporção. (Coco Chanel)

## 4 CONCEITOS PROJETUAIS

A indústria da moda é um dos setores mais vibrantes dos negócios criativos. Nela inclui-se uma grande diversidade de atividades econômicas e movimentam bilhões de dólares no mundo todo. É um dos segmentos que melhor consegue traduzir a identidade de uma cultura e de introduzir mudanças de hábitos e comportamentos da sociedade. Tem alto impacto na economia, gerando um número considerável de empregos e oportunidades, impulsionando o setor têxtil, comercial, turismo, marketing, dentre muitos outros.

Nesse sentido, o Centro de Moda tem como objetivo gerar um espaço educacional, mas também locais que reflitam exatamente essa diversidade de atividades com espaços para futuros profissionais, profissionais que buscam se aperfeiçoar e aos curiosos do mundo da moda, se configurando como uma ferramenta de extensão e de disseminação cultural. Será um espaço de encontro de todos que estão envolvidos com a moda, com espaços restritos de ensino e espaços públicos de eventos.

Para projetar esse espaço, nesse capítulo comentarei sobre alguns locais imprescindíveis em uma escola de moda.

### 4.1 ATELIÊ DE MODA

**Ateliê:** s.m. (fr. atelier) Lugar onde trabalham artesãos e, sobretudo, artistas. 2. Aula ou curso prático sobre uma atividade ou um assunto específico.

(Cf. Dicionário da Língua Portuguesa)

Para um estudante de Moda, a sala de aula nem sempre é o local mais frequentado durante o curso. Embora seja um espaço muito importante, é no

ateliê ou laboratório que o aluno consegue colocar em prática o que aprendeu e deixar a imaginação correr livre.

#### 4.1.1 Ateliês

- Ateliê de confecção, costura e corte

Um ateliê para prática e finalização dos trabalhos das disciplinas de moda. O espaço é utilizado de forma complementar a prática acadêmica. Deve possuir o maquinário necessário ao desenvolvimento dos trabalhos desta área, como máquinas de costura domésticas, máquinas overlock, além de ferros industriais a vapor, máquinas e mesas de corte, mesas de trabalho para execução dos moldes em papel e bustos ergonômicos femininos e masculinos de diversos tamanhos.

- Ateliê de modelagem

É um espaço dedicado ao aprendizado da modelagem plana e tridimensional para a construção das diferentes formas do vestuário. São realizadas análises de formas históricas para aplicação nas formas contemporâneas, assim como a experimentação de diversas formas em diversos tipos de tecidos. Este espaço dá suporte para modelagem, que exercita a construção técnica da roupa e instiga a criação de novas possibilidades para moldes tradicionais. São necessárias grandes bancadas para o desenvolvimento das atividades.

- Laboratório de informática

Fornece apoio fundamental ao ensino e à pesquisa. Na criação e desenvolvimento de uma nova coleção os sistemas CAD/CAM (Design Assistido por Computador/ Manufatura Assistida por Computador) aplicados à moda auxiliam em diferentes etapas, da criação a produção.

- Ateliê de tecnologia têxtil, estamparia e criação.

Espaço para compreender as propriedades físicas dos tecidos, desenvolver e criar novas tramas e estruturas. Conhecendo os diversos tipos de tecidos e a possibilidade de criação de novos produtos, por meio do conhecimento das técnicas têxteis e de tecelagem. São necessárias grandes bancadas para o desenvolvimento das atividades.

- Laboratório fotográfico

Estúdio específico para a realização de fotos e editoriais de moda e produto. A estrutura deve possuir elementos de um estúdio fotográfico profissional.

- Ateliê de desenho

São salas dedicadas ao aprendizado das técnicas de desenhos necessárias ao profissional de moda. São espaços adequadamente iluminados, com pranchetas e pensados para privilegiar a visão do objeto a ser observado e reproduzido. É também um espaço de criação, aberto e disponível para outras atividades como oficinas de desenhos e croquis, criação, oficinas de composição de cor e afins. São necessárias pranchetas para o desenvolvimento das atividades.

- Ateliê de acessórios e protótipos

É um espaço preparado para o desenvolvimento de pesquisas e projetos relacionados a produção de calçados, bolsas e outros acessórios. Possui maquinário para prototipagem, além de bases, formas e outros materiais que permitem ao aluno desenvolver a capacidade de imaginar o que não existe, questionar a rotina e os hábitos e por fim, inovar.

- Vitrines para exposições

Espaço para expor, apresentar as ideias e produtos executados pelos alunos, um local muito importante, pois é ali que o aluno se permite inovar.

Os ateliês também devem comportar manequins, objeto importante para todas as etapas da confecção dos trabalhos.

## **5 ESTUDO DE CORRELATOS**

A seguir, foi realizada uma pesquisa a fim de compreender melhor as características de espaços que desenvolvem atividades ligadas a moda. Foram escolhidas três escolas de moda, uma em Curitiba e outras duas em Milão.

### **5.1 COMPLEXO FIEP-SESI-SENAI: CURSO DE MODA – SENAI PR**

Dados:

Arquitetos: Willer Arquitetos

Localização: Curitiba, PR.

Data de projeto: 1989/1990.

Data execução: 1991/1995.

Área total construída: 25.000m<sup>2</sup>.

O Senai oferece curso superior de Tecnologia em Design de Moda, além disso são oferecidos cursos de curta duração e oficinas sobre temas como história da indumentária, fotografia de moda e práticas de design.

O Senai – Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial – é hoje um dos mais importantes polos nacionais de geração e difusão de conhecimento

aplicado ao desenvolvimento industrial. É composto por atividades de aperfeiçoamento industrial, curso técnico, pós-graduação e mestrado. É uma referência em Curitiba, se tratando de moda, mesmo estando longe de ser o ideal.

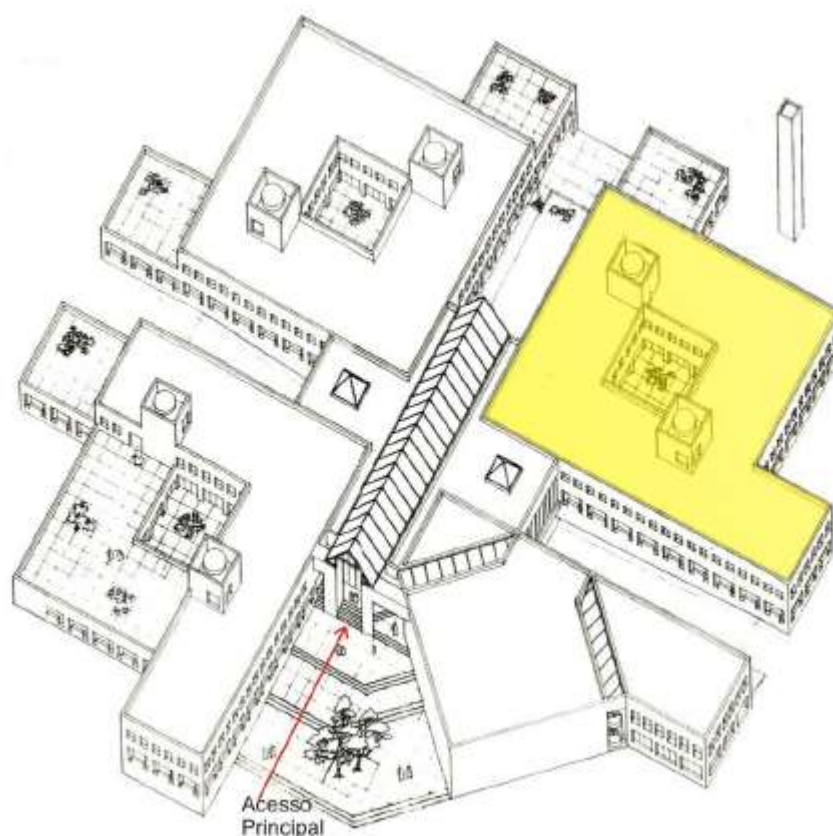


Figura 21: Perspectiva conjunto FIEP/SESI/SENAI (fonte: willer arquitetos)

#### Descrição e Análise:

O edifício, como um todo, abriga atividades da FIEP, SESI, SENAI e IEL. Todos os setores utilizam-se do mesmo acesso principal, hall central, hall de

convenções, recepção, restaurante e auditório. O setor do Senai é o hachurado na figura 21, em amarelo. Dentro desse setor, existem serviços e espaços que servem para todas as atividades do SENAI, como tesouraria, recepção, secretaria, arquivo morto, copa, limpeza, manutenção (mostrado na área marcada em laranja, figura 22). Dentro desse setor localiza-se o curso de moda (mostrado na área marcada em lilás).

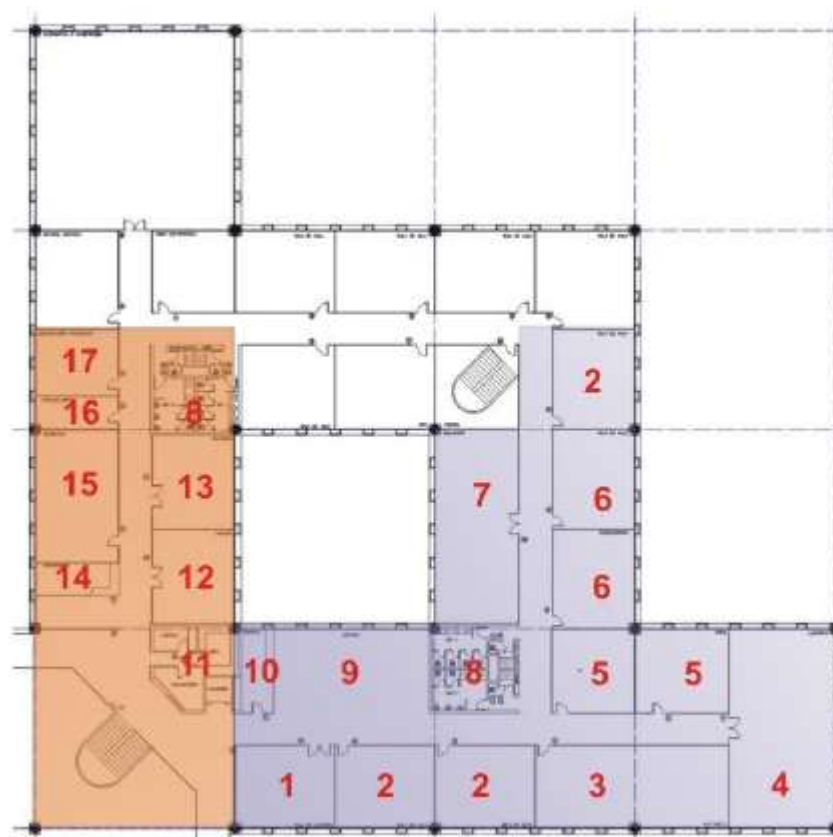


Figura 22: Planta Térrea SENAI (fonte: willer arquitetos)

1. Sala de informática
2. Sala aula teórica
3. Sala de corte
4. Sala de costura
5. Coordenação e vitrine
6. Sala de modelagem
7. Ateliê



8. Instalação sanitária
9. Convivência
10. Deposito
11. Copa/limpeza
12. Tesouraria
13. Sala apoio
14. Atendimento
15. Secretaria
16. Arquivo Morto
17. Coordenação Pedagógica

O curso dispõe de: uma sala de informática aplicada para as atividades de projeto e expressão gráfica, salas de aula teóricas (com projetor), sala de corte (com uma grande mesa de corte e máquinas de corte), sala de costura (com máquinas over lock e retas, mesas de passar e bom espaço de circulação), coordenação (espaço para mesa de reunião e cinco estações de trabalho com computadores), vitrine (espaço de exposição dos trabalhos dos alunos), sala de modelagem (ateliê com pranchetas, manequins e quadro negro).



Figura 23: Acesso Principal do edifício (fonte:alurbano .blogspot.com.br/senai-pr-curitiba)



Figura 24: Vista inteira do complexo (fonte:alurbano .blogspot.com.br/senai-pr-curitiba)

A estrutura do edifício é simples. As lajes, vigas, pilares e paredes estruturais foram feitas em concreto. Os fechamentos são em alvenaria e vidro, o que proporciona uma boa iluminação natural tanto nos espaços comuns quanto nas salas de aula.

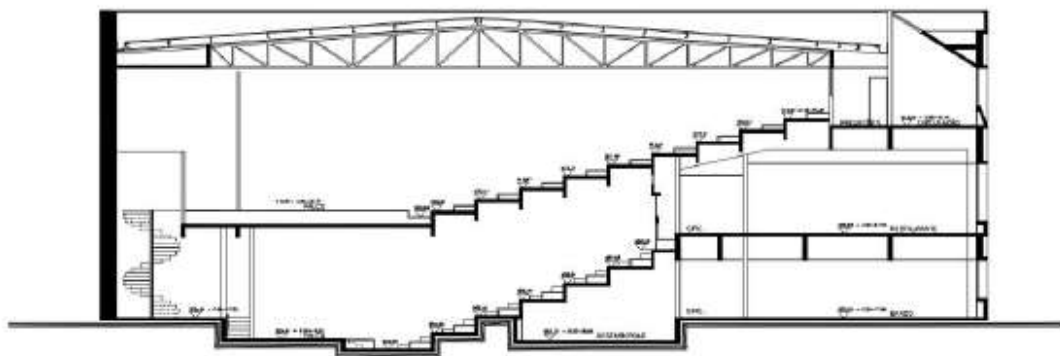


Figura 25: Corte transversal (fonte: willer arquitetos)

O edifício se estrutura funcionalmente a partir do hall comum, os acessos seguintes se dão pelas suas quatro pontas. Na ponta superior esquerda está o acesso à escola de moda.



Figura 26: Hall comum. (fonte: do autor)



Figura 27: Acesso à escola de moda. (fonte: do autor)

Ela é formada basicamente por dois corredores em “L” (as circulações), nos quais se distribuem as salas e os ateliês. Existe um terceiro corredor no qual se localizam funções partilhadas com outros cursos.

O primeiro passo são as aulas teóricas, o próximo passo é a sala de modelagem, aonde o aluno aprende a fazer o molde da peça. Com o molde cortado, é hora de riscar e cortar o tecido. O próximo passo é a costura e os ajustes. De volta ao ateliê, existe a opção de customizar a peça, depois dessa fase a peça está pronta.

Esse ciclo ajuda a entender o processo da confecção do objeto de moda e de como os espaços precisam estar organizados para que esse processo funcione melhor.

Por não se tratar de um edifício projetado especificamente para o curso de moda, percebe-se que esse ciclo não está articulado da melhor forma. Não existem ligações diretas das salas de aula e ateliês com as salas de corte e costura, o que seria interessante. Faltam espaços de encontro, de convivência dentro do curso.

As reclamações da coordenadora do curso foram em relação à falta de uma sala de estamparia (que necessitaria de pias, quadro negro, mesas de luz e berço para serigrafia e um sistema de tratamento de efluentes, pois a tinta usada não é a base de água) e um laboratório de tricô e malharia retilínea (onde estariam teares manuais, teares planos e máquinas retilíneas).



Figura 28: Sala de aula teórica (fonte: do autor)  
(



Figura 29: Sala de informática  
(fonte: do autor)



Figura 30: Sala de costura (fonte: do autor)



Figura 31: Vitrine (fonte: do autor)



Figura 32: Ateliê (fonte: do autor)

O edifício destaca-se na paisagem da cidade. É localizado em uma região alta em um terreno grande e arborizado, o que confere “status” ao edifício. O revestimento de pedra nos dá a sensação de peso, de imobilidade. As repetidas janelas na fachada lateral, que parecem tirar a força da volumetria do edifício, garantem iluminação natural à todas as salas e a visual da cidade e do grande jardim. A passarela do acesso principal e a cobertura zenital do hall principal em forma triangular causam certa dúvida pois parecem não conversar com o peso da horizontalidade do edifício.



Figura 33: Fachada do edifício (fonte:blogspot.com.br/senai-pr-curitiba)

## 5.2 GANHADOR DO 2º LUGAR DO CONCURSO INTERNACIONAL MODAM – MUSEU E ESCOLA DE MODA DE MILÃO.

Dados:

Arquitetos: JCLG Arquitetos; Lisboa, Portugal.

Localização: Parque Giardini di Porta Nuova. Milão, Itália.

Data de projeto: 2005.

Data execução: Não construído

O edifício MOdaM foi pensado para ser o centro da moda na Itália. Será o principal edifício dentro da sua vizinhança, onde está localizada a indústria da moda. O edifício estará no Parque Giardini di Porta Nuova com seus caminhos e várias espécies de árvores. O museu não vai servir somente para exposições, mas foi pensado para ser um laboratório e um lugar de encontros para todos que trabalham com a moda. A Escola de Moda treinará os estudantes para se tornarem designers, investigadores ou administradores do setor da moda.

Intenções do projeto:

O projeto é denominado de “Filtro Sinuoso”, um edifício permeável como a sinuosidade do corpo feminino. Segundo o arquiteto, a planta do Modam é pensada como um pavilhão no parque. É um elemento intensamente urbano, que se integra com a dimensão do espaço aberto a sua volta e se transforma em um elemento necessário.

Os pisos suspensos multiplicam os níveis do parque, integrando as funções exigidas em uma dimensão que ultrapassa os espaços definidos do interno e do externo, detectando um tempo e um espaço contínuo entre as várias linhas de edifícios da vizinhança.

#### Descrição e análise:

O desenvolvimento horizontal do volume do edifício vai de encontro ao crescimento vertical dos edifícios vizinhos, e tenta balancear a composição da cidade.

O edifício é um prisma horizontal distorcido e cristalino, como caráter de um pavilhão no parque.



Figura 34: Perspectiva do entorno e Implantação (fonte: jlcg arquitetos)

É organizado em três níveis: o nível térreo, muito permeável, é ocupado, como esperado, com a recepção e os espaços de uma natureza mais pública; o

volume principal é o nível superior com os espaços da escola e o subsolo contém os espaços de exposição do museu. Uma série de pátios, escadas e rampas garantem interação entre os diferentes níveis, aos acessos e as áreas de eventos.

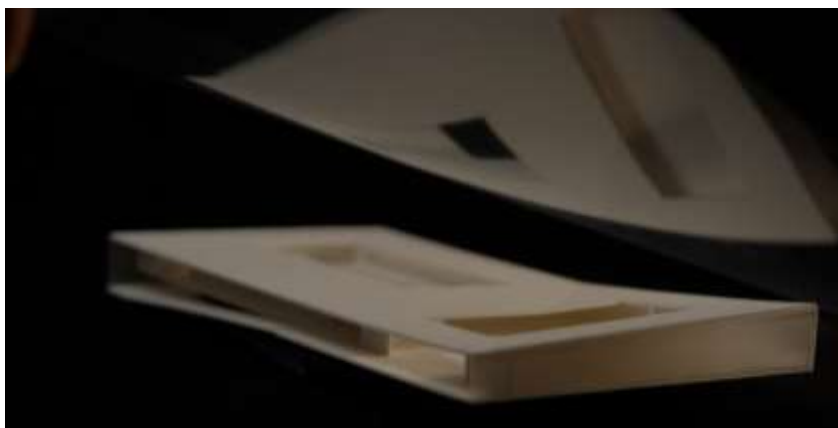


Figura 35: Foto da maquete do projeto (fonte: jlcg arquitetos)

Segundo o arquiteto, esta dicotomia entre rigidez e flexibilidade, entre o cheio e o vazio, entre o frágil e forte estabelece uma clara metáfora figurativa que segue evocações e símbolos que sempre foram limitados pela estética efêmera, a beleza do corpo humano, a elegância de uma pintura e as relações entre as artes.



Figura 36: Foto Maquete do projeto  
(fonte: jlcg arquitetos)



Figura 37: Silhueta de mulher  
(fonte: jlcg arquitetos)

Como já dito as funções do edifício são articuladas em três níveis principais e separam os espaços do museu, colocados no nível subterrâneo, dos espaços da escola, no primeiro piso, com a intenção preliminar de uni-los e criar



uma interação entre as funções que ambos têm em comum em um único espaço no térreo. Esta escolha se refere aos aspectos com amplas implicações urbanas, como a conexão com o parque.

O elemento central da formulação arquitetônica do Modam é que a planta no nível do parque é quase livre, transparente e sem limites. A disposição do elemento de vidro permite movimentos livres entre os espaços pavimentados permitindo o acesso ao museu, à escola, ou simplesmente ao parque, que continua com sua superfície integrada graças à suspensão do volume da escola.

O térreo do Modam é concebido como ponto de distribuição central, ele contém os espaços comuns, aonde tudo acontece e tudo é visível. Nesta planta livre o visitante distingue uma linha principal central de distribuição, que organiza os diferentes usos: acesso ao museu e à escola, à partida ou a chegada de uma caminhada ao parque.



Figura 38: foto da maquete do projeto (fonte: jlcg arquitetos)

A luz que cruza o Modam na vertical, permite um sistema de relações visuais entre o interno e o externo. Neste limite vertical o visitante pode ter uma percepção completa do edifício. Segundo o arquiteto, do balcão das salas de aula, local acessível apenas para os estudantes, a vista cobre toda a seção do edifício, desviando o olhar do visitante no térreo, e alcançando os jardins nos

pátios do museu no nível subterrâneo. “As escadas ao ar livre em cada pátio unem os vários níveis em uma impressionante sinergia que alcance seu ápice nos meses de verão. ” Esses trajetos estão orientados em harmonia com os caminhos do parque, e desta maneira eles tentam mixar o projeto com o contexto.

No nível subterrâneo, as variações de inclinação estimulam a exibição do trajeto do museu e resolvem como na escola necessidades específicas sobre a altura do teto nas diferentes salas.

Três únicos blocos indicam os acessos ao museu **(A1)**, à escola **(A2)** e às zonas técnicas administrativas **(A3)**. Cada acesso tem seu próprio espaço de suporte: o acesso ao museu é conectado com o hall de conferências, a entrada da escola está perto do café, e a zona administrativa é ao lado da livraria.

A Escola de Moda, situada completamente no nível superior e onde as diferentes funções se desenvolvem ao redor de dois grandes pátios **(P1 e P2)**, o primeiro para os laboratórios (em amarelo) e o segundo para as salas de aula (em lilás). Este espaço tem vista para o parque e para o interior do edifício, onde grandes terraços são usados para trabalhos e reuniões ao ar livre.

A zona administrativa está situada em um mezanino suspenso embaixo da escola (em azul claro), e é conectada através de uma grande rampa, que acompanha a bela silhueta da parte da frente, com a entrada da Escola.

No nível subterrâneo está o Museu da Moda. Em um grande espaço nós podemos encontrar as áreas da exposição (em laranja), ao lado de dois pátios; as galerias e os laboratórios técnicos (em rosa). A jogada desta grande dimensão tem como propósito encontrar uma boa flexibilidade, e isolar somente essas funções que necessitam mais descrição. A superfície restante pode ser usada de acordo com distintas situações e exigências. Existe também um espaço de leitura, com salas de leitura e/ou reunião e uma sala multimídia (em azul escuro). Entre o museu e o túnel, há uma área técnica (em marrom) onde estão os armazenamentos e o maquinário, e aquele pode ser alcançado pelos veículos que vêm do túnel.

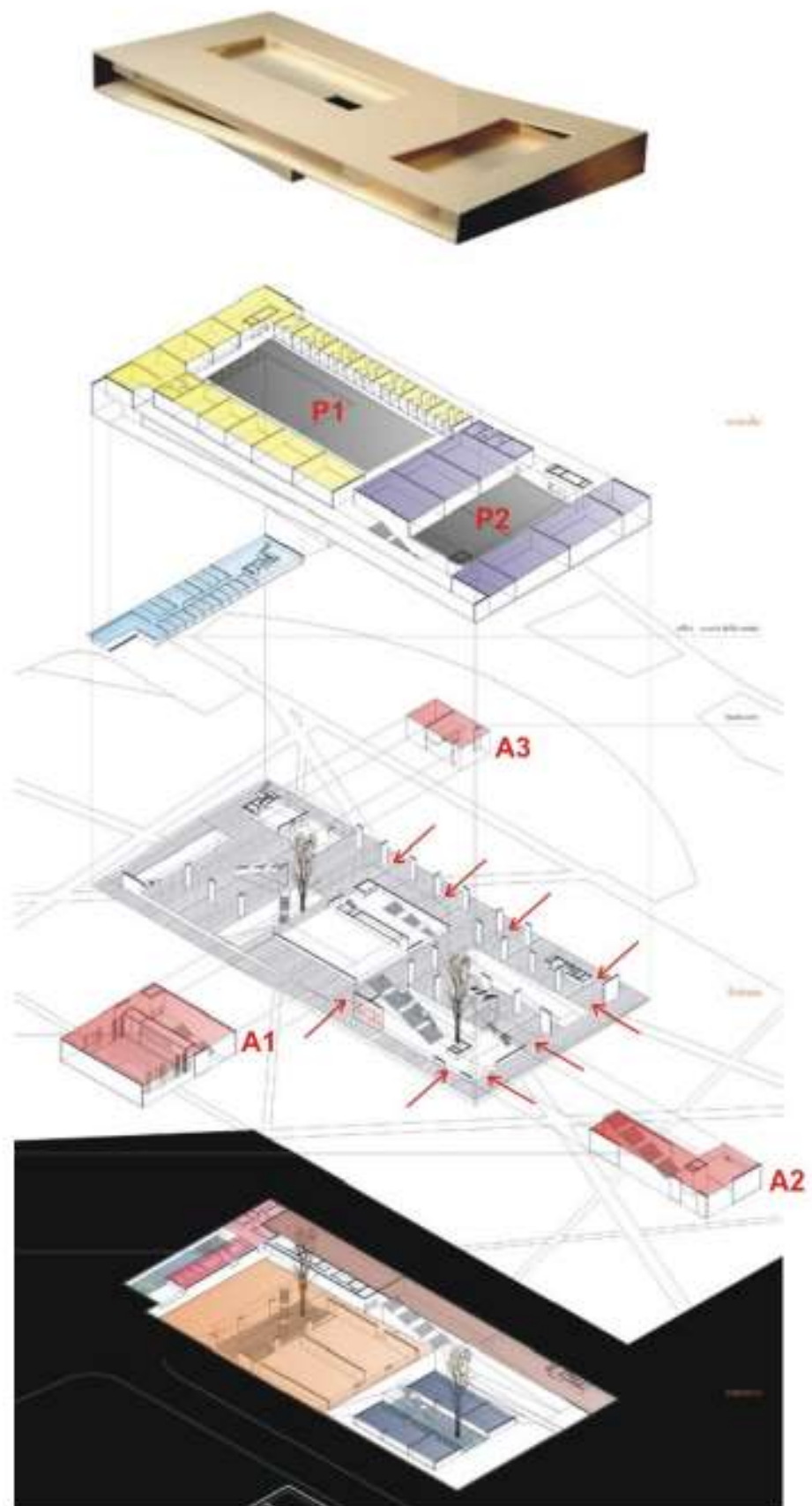


Figura 39: perspectiva esquemática (fonte: jlcg arquitetos)

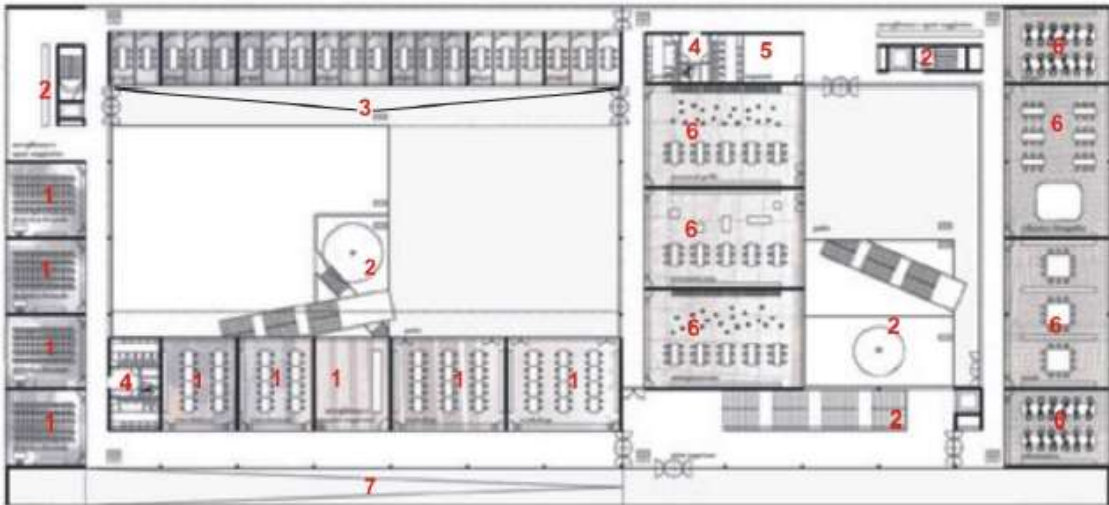


Figura40: Planta superior, escola. (fonte: jlcg arquitetos)

1. Sala de aula
2. Circulação vertical
3. Sala de estudos
4. Instalação sanitária
5. Sala de apoio
6. Ateliê
7. Rampa

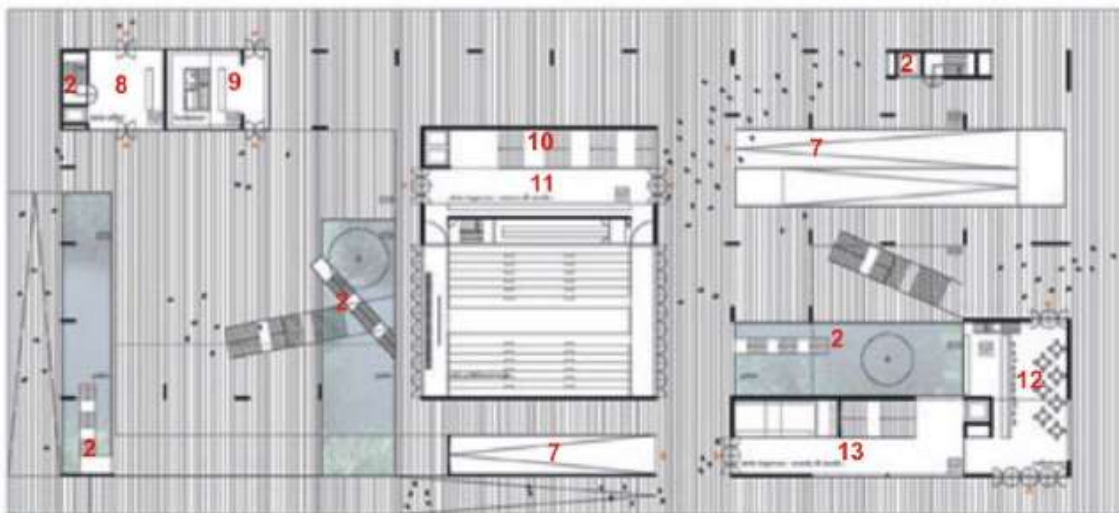


Figura41: Planta térrea, pátio publico (fonte: jlcg arquitetos)

8. Administração

- 9. Livraria
- 10. Acesso ao museu
- 11. Auditório “multiuso”
- 12. Café
- 13. Acesso a escola.

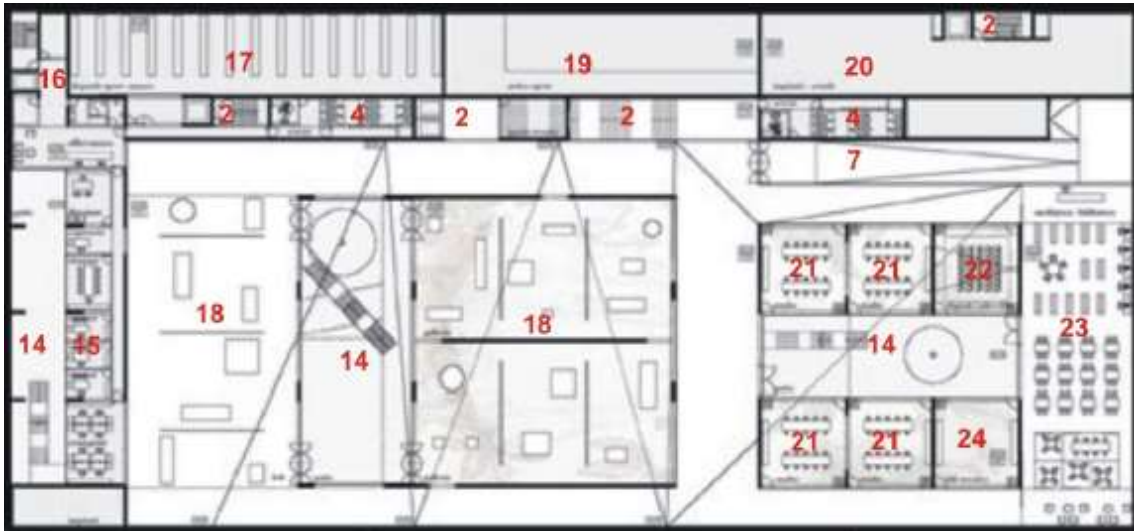


Figura42: planta subterrânea, exposição. (fonte: jlcg arquitetos)

- 14. Pátio
- 15. Laboratórios técnicos
- 16. Apoio
- 17. Galeria técnica
- 18. Exposição
- 19. Área técnica
- 20. Túnel de acesso
- 21. Sala de leitura
- 22. Sala multimídia
- 23. Biblioteca
- 24. Sala de apoio



Figura43: Foto da maquete do projeto (fonte: jlcg arquitetos)

O movimento sinuoso da cobertura pode ser associado à escultura de um corpo que se posta delicadamente no parque, e isso inclui a resposta para as necessidades do espaço, como a altura dos tetos nos laboratórios técnicos maiores do que a altura nas salas de aula. Os três blocos, já citados, que indicam os acessos ao museu, à escola e às zonas técnicas administrativas, em conjunto a 23 pilares, fazem a sustentação dessa cobertura, que é a grande estrutura da Escola de Moda. Esses pilares são devidamente posicionados, em duas direções, vertical e horizontal, para não causar quebra na fluidez do espaço.



Imagem 44: Perspectivas internas (fonte: jlcg arquitetos)

O edifício é, um marco horizontal em meio ao parque, como o pretendido pelo arquiteto. A sinuosidade da cobertura junto ao térreo “livre” lhe confere a leveza e forma harmônica. Os cheios e vazios e a iluminação proveniente dos pátios internos criam uma atmosfera de convivência que dá vida ao edifício e “chama” as pessoas para dentro dele.

Seu ar sóbrio e sua arquitetura modernista comportam muito bem a criatividade, as texturas, as cores e as imagens da Moda. Os pátios no subsolo e a conexão das escadas e rampas entre os níveis, de forma aberta e iluminada, deixam o espaço ainda mais interessante.



Figura 45: Corte Longitudinal (fonte: jlcg arquitetos)

### 5.3 GANHADOR DO 4º LUGAR DO CONCURSO INTERNACIONAL MODAM – MUSEU E ESCOLA DE MODA DE MILÃO.

Dados:

Arquitetos: Mecanoo Arquitetos, Holanda.

Localização: Parque Giardini di Porta Nuova. Milão, Itália.

Data de projeto: 2005.

Data execução: Não construído

Intenções do projeto:



Figura 46: Implantação do edifício (fonte: mecanoo arquitetos)

O projeto do edifício procura sua correta colocação no entorno urbano. Segundo a arquiteta, para acolher as duas novas instituições (escola e museu) procurou-se definir uma forma emblemática capaz de reagir à mudança dos acontecimentos e alterações programáticas e de resistir às incertezas morfológicas da área. A complexa natureza metamórfica do sistema da moda sugere o tema da temporalidade e da variação como parte integrante da arquitetura.

Pretende estabelecer-se como um grande laboratório para a experimentação e demonstração de experiências em matéria de moda em geral (tanto como a expressão social, artística ou artesanal), mas também de outras formas modernas de comunicação.

#### Descrição e análise:

O edifício MOdAM será um ícone no parque. Foi feita, conscientemente, a escolha por uma forma simples e atemporal: o cubo. O cubo proporciona ótimo espaço para a rápida mutação do mundo da moda. A expressão perene do seu volume serve como quadro para a programação dinâmica. O edifício, através da



capacidade de mudar sua pele com sua estrutura metálica recortada, transparece a atividade que nele se desenvolve atraindo a atenção de quem passa pelo parque.

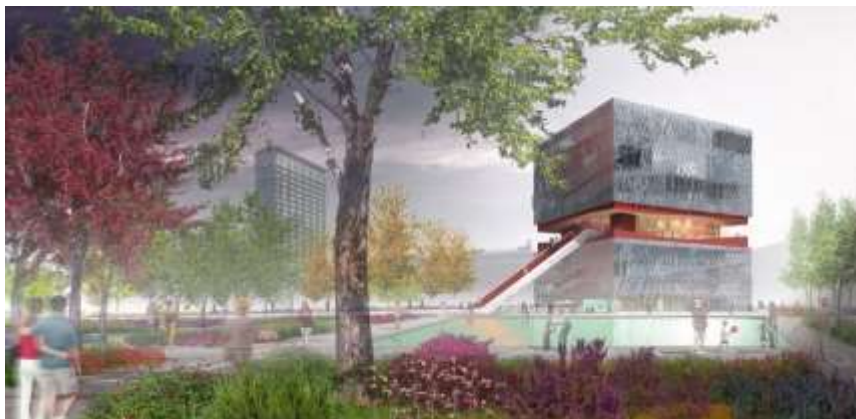


Figura 47: Perspectiva do edifício (fonte: mecano arquitetos)

O edifício será utilizado por dois tipos de usuários: um permanente e um ocasional. A presença dessas duas categorias de visitantes é uma riqueza que o projeto tenta organizar, não apenas funcionalmente. Não era o propósito criar expressões arquitetônicas distintas que diferenciasssem o uso institucional e ocasional. Assim o caminho perimetral foi destinado aos usuários ocasionais, enquanto a distribuição vertical foi utilizada para realizar as ligações privilegiadas para os usuários frequentes. Os dois usuários, no entanto, se reúnem em espaços públicos que se abrem de vez em quando aos locais de estudo, pesquisa, entretenimento, venda e que servem de vitrine das contínuas atividades internas, dentro da escola; criando uma extensão do solo do parque.

O edifício também se abre no meio (5º andar) onde existe o fórum, um espaço multiusos criando uma ligação entre a escola situada abaixo (nos primeiros quatro andares), e o museu, a cima (6º, 7º e 8º andar). As atividades ali organizadas o tornam o local de encontro para a escola e o museu. O fórum é flexível e subdivisível e, como o parque pode mudar de cor durante as diferentes estações da moda. Possui quatro espaços fixos (duas circulações verticais, uma instalação sanitária e uma sala de apoio) e o restante do espaço pode ser facilmente modificado, de acordo com a atividade e cenário desejado; pode servir como passarela, teatro, discoteca, espaço de exposição, bazar,

cinema, etc. Uma trilha correndo diagonalmente através do parque é um passeio ligando os edifícios históricos do parque com fórum através de uma escada rolante. Segundo a arquiteta, assim o edifício em si, torna-se parte do fashion show.

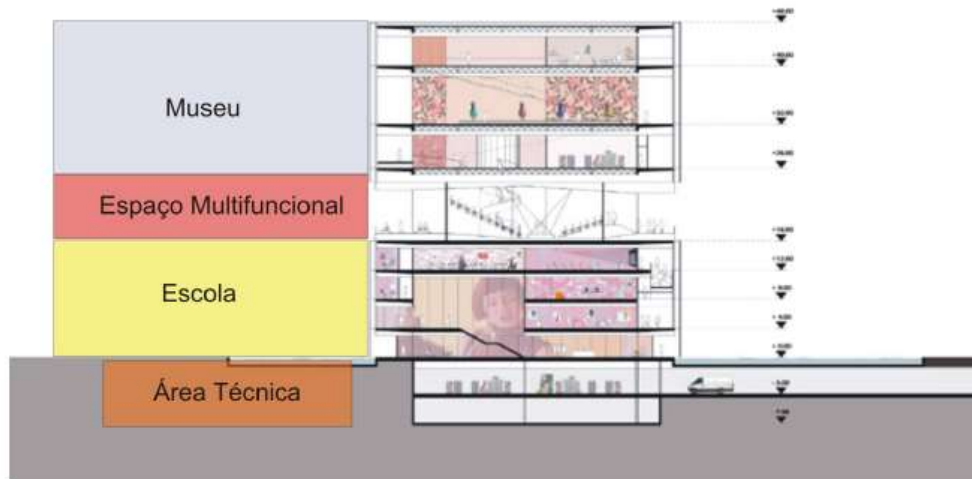


Figura 48: Corte transversal (fonte: mecanoo arquitetos)

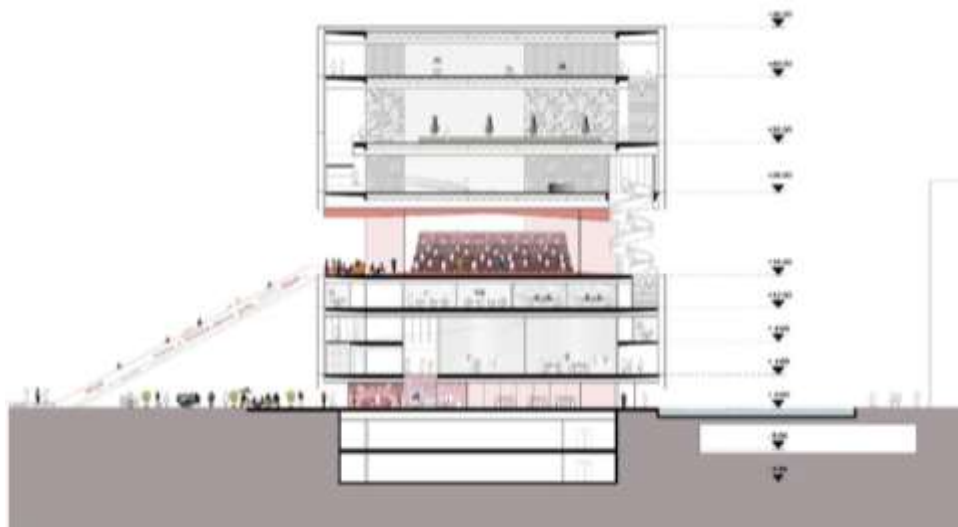


Figura 49: Corte transversal (fonte: mecanoo arquitetos)

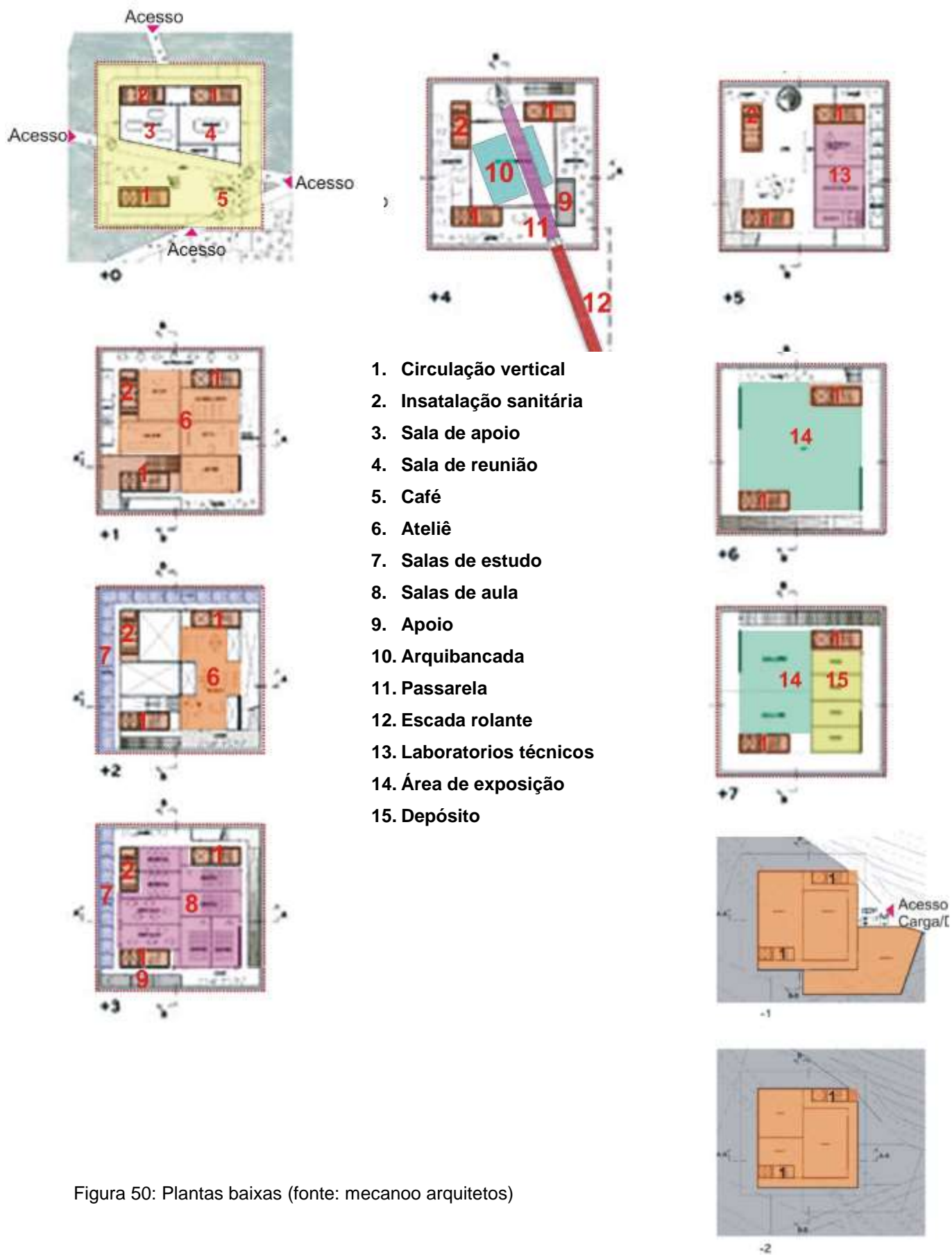


Figura 50: Plantas baixas (fonte: mecanoo arquitetos)

Piso Subsolo - Áreas Técnicas

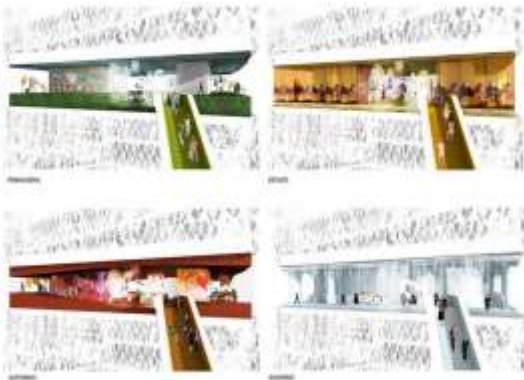


Figura 51: Mudança de cor do espaço multifuncional  
(fonte: mecanoo arquitetos)



Figura 52: Espaço Multifuncional  
(fonte: mecanoo arquitetos)

Nas fachadas de alumínio são recortadas silhuetas de modelos, que produzem um fascinante jogo de sombras no edifício. As fachadas também funcionam como protetor solar e ajudam a manter a climatização interna.



Figura 53: Fachada do edifício  
(fonte: mecanoo arquitetos)



Figura 54: Fachada do edifício, vista interna  
(fonte: mecanoo arquitetos)

Três blocos opacos, sendo dois deles circulações verticais e um deles instalação sanitária, servem como grandes pilares estruturadores. O restante da estrutura, do primeiro ao quarto andar, consiste em pilares e lajes de concreto; e do quinto ao oitavo andar contam com uma estrutura metálica treliçada.

O edifício se destaca no parque por sua proporção e verticalidade. O rendilhado das fachadas metálicas lhe confere contemporaneidade e causam curiosidade em quem passeia pelo parque; além de garantir a iluminação controlada dos espaços internos.



Figura 55: Perspectiva interna  
(fonte: mecano arquitetura)



Figura 56: Vista interna, circulação  
(fonte: mecano arquitetura)



Figura 57: Sobras da fachada metálica  
(fonte: mecano arquitetura)



Figura 58: Vista interna, exposição  
(fonte: mecano arquitetura)

O projeto é bem resolvido formalmente e seus espaços são tanto interno quanto externamente, adequados às atividades, “conversam” entre si e conseguem passar ao visitante do fascínio da moda.



Figura 59: Perspectiva interna, passarela (fonte: mecanoo arquitetos)



Figura 60: Vista noturna (fonte: mecanoo arquitetos)

#### 5.4 ANÁLISE DOS ESTUDOS CORRELATOS

Os estudos correlatos foram peças importantes para o desenvolvimento da pesquisa, principalmente, para a definição do programa de necessidades.

O estudo de caso do Senai, por não ser uma escola projetada para o curso de moda, me ajudou a perceber alguns erros funcionais, que fazem muita diferença para o espaço da escola.

Os outros dois estudos de caso me ajudaram muito no conceito que será meu projeto, uma escola de moda e centro de eventos que traga a sociedade para dentro desse espaço. Me ajudou também a pensar em espaços novos, que de primeiro momento não tinha proposto no meu programa de necessidades.

## 6 ANALISE DA REALIDADE

### 6.1 LOCAL PARA A IMPLANTAÇÃO DO CENTRO DE MODA

As escolas de moda no Brasil normalmente estão localizadas em prédios já existentes, e são adaptadas a esses prédios, por isso muitas vezes não possuem a infraestrutura adequada a esse espaço. O centro de moda será um espaço novo e totalmente planejado para esse espaço acontecer.

Algumas diretrizes foram importantes para a escolha do terreno onde a escola será implantada:

1. Local próximo ao centro;
2. Proximidade com as principais instituições de ensino de Curitiba;
3. Fácil acesso as principais vias de Curitiba e também fácil acesso a ônibus.

#### 6.1.1 Localização

A palavra prado vem do latim pratum e significa lugar plano, campina ou planície. É daí que vem o nome do bairro. Ele está ligado ao antigo hipódromo de Curitiba que, na época, era conhecido como Prado Curitibano, já que os antigos e alguns, ainda hoje, utilizam tal palavra para designar o local onde ocorrem as corridas de cavalos. Um dos lugares mais chiques da cidade, o Prado Curitibano localizava-se na região onde hoje está a Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUC). Como em 10 de dezembro de 1955 foi inaugurado o Hipódromo do Tarumã e as atividades turísticas da cidade se mudaram para outro bairro, a região antes denominada “Prado” acabou se transformando no “Prado Velho” já que o “Prado Novo” estava no Tarumã. Da força da linguística e do hábito popular, acabou surgindo o termo que atualmente qualifica o bairro,

oficializado no Decreto 774/75 que traz a atual divisão administrativa da cidade de Curitiba.



Figura 61: Curitiba, Regional Matriz  
(fonte: ippuc.org.br)

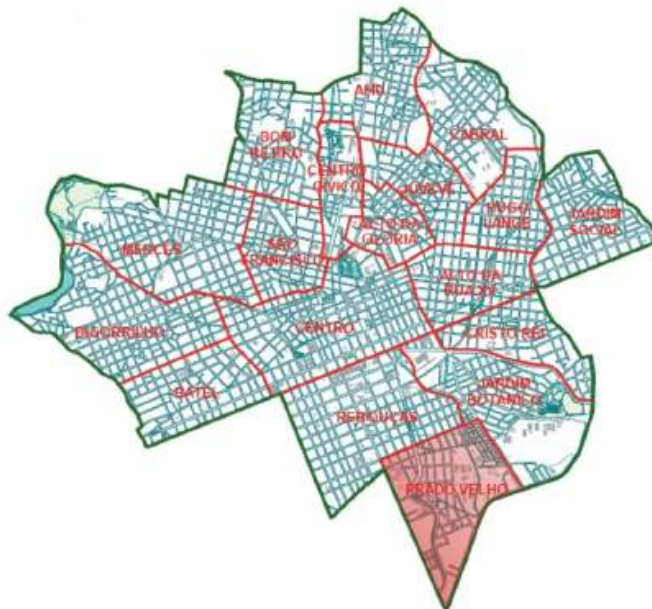


Figura 62: Regional matriz, Prado Velho  
(fonte: ippuc.org.br)

O Prado Velho encontra-se inserido na regional matriz de Curitiba, é a regional central que, segundo o IPPUC (Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba), apresenta dificuldades no que se refere à renovação da paisagem edificada e esvaziamento das áreas a noite devido à migração de atividades culturais para outras regiões da cidade. E possui ainda potencialidades referentes a localização central; à presença de vários conjuntos de edificações relevantes do testemunho da nossa história; atratividade para o retorno do comércio tradicional e incremento das atividades culturais, de negócio e de turismo, atendidas as questões de segurança, mobilidade de pedestres e veículos em horários distintos e presença de ampla rede de equipamentos de serviços sociais e culturais: muitos espaços públicos (museus, edificações antigas e pontos turísticos) que podem compor com agenda cultural e divulgação histórica da cidade. Assim, percebe-se que os objetivos do projeto vão ao encontro da melhoria das dificuldades e uso das potencialidades da região.





Figura 63: Prado velho, terreno escolhido (fonte: ippuc.org.br)

- Teatro Paiol
- Terreno escolhido

As diretrizes traçadas pelo IPPUC para a melhoria dessa regional (são elas: dinamização do território, marcos de identidade, projetos multiplicadores, instrumentos institucionais) também vão ao encontro do conceito do Centro de Moda; com os mesmos objetivos a nova escola procura dinamizar o território, diminuindo as barreiras e integrando-o; criar identidade para o bairro; é um projeto multiplicador que viabiliza uma potencialidade e é uma instituição que cria uma cadeia sistêmica e permanente de transformação.

### 6.1.2 Terreno

O terreno escolhido para implantação do projeto situa-se em área de ZR3 (zona residencial 3), possui três testadas livres (Rua Conselheiro Laurindo,

Rua Guabirota e Rua Cel. Zacarias) e 4.390m<sup>2</sup> de área. De acordo com a guia amarela, o uso institucional é permitido com coeficiente de aproveitamento igual a 1, taxa de ocupação de 50%, taxa de permeabilidade de 25% com altura máxima de três pavimentos. O recuo frontal é de 5 metros. O afastamento das divisas é facultado até dois pavimentos e para o terceiro pavimento mínimo de 2 metros. O projeto em questão se configuraria como especial e dependeria de análise por parte de um conselho para a alteração desses parâmetros.



#### LEGENDA

<b>ZC</b> ZONA CENTRAL	<b>ZR-OC</b> ZONA RESIDENCIAL DE OCUPAÇÃO CONTROLADA	<b>ZR-1</b> ZONA RESIDENCIAL 1	<b>ZR-2</b> ZONA RESIDENCIAL 2	<b>ZR-3</b> ZONA RESIDENCIAL 3
<b>SE-AC</b> SETOR ESPECIAL AFFONSO CAMARGO	<b>SE-CB</b> SETOR ESPECIAL COSTA BARROIS	<b>CONEC</b> SETOR ESPECIAL CONECTOR	<b>SE-CC</b> SETOR ESPECIAL DO CENTRO CIVICO	<b>SC-SF</b> SETOR COMERCIAL SANTA FELICIDADE

Figura 64: Zoneamento Prado Velho (terreno) (fonte: ippuc.org.br)

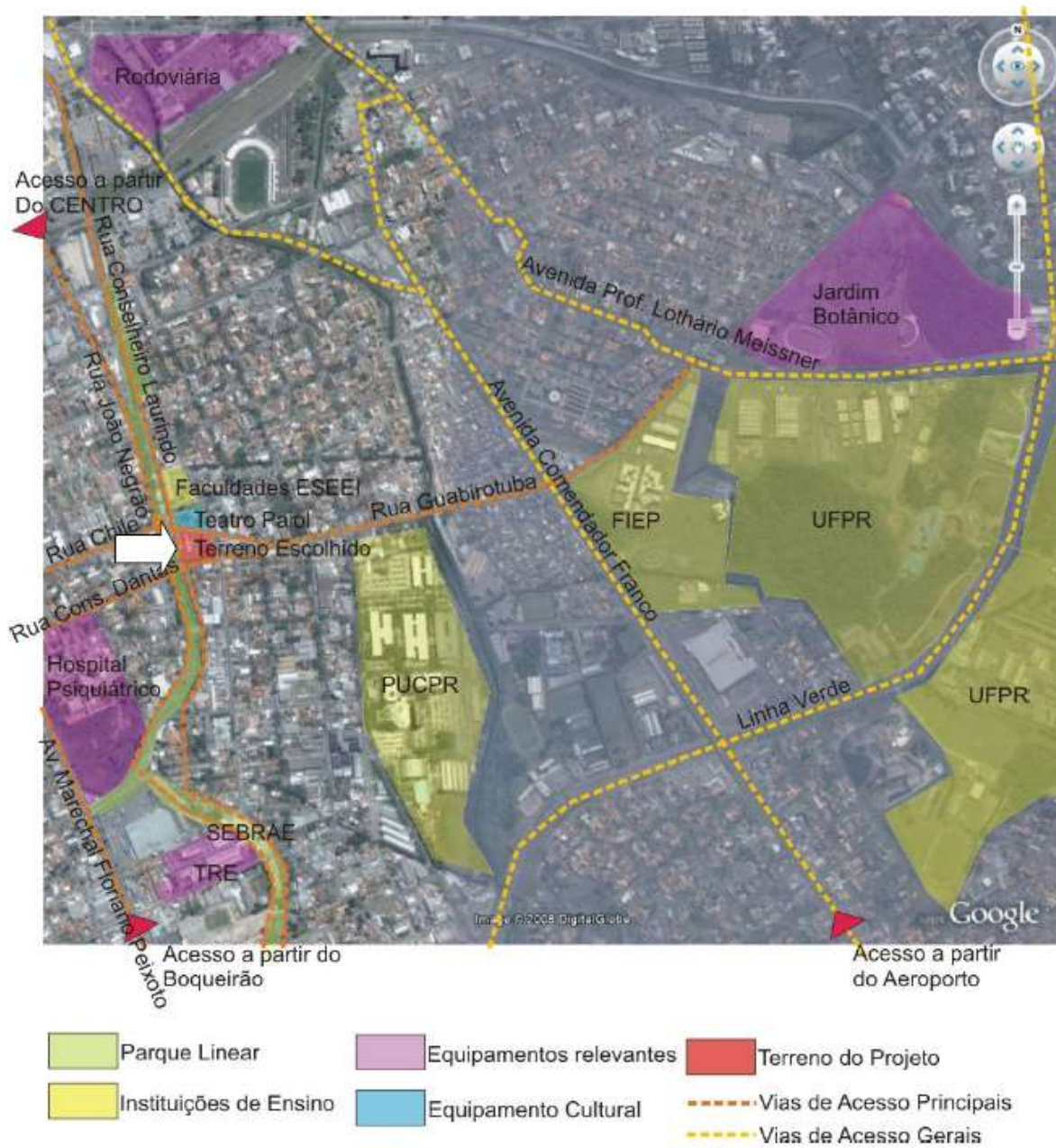


Figura 65: Mapa síntese (fonte: ippuc.org.br)



Figura 66: Imagens entorno (fonte: do autor)







Figuras 67,68,69,70,71,72,73,74: Imagens entorno (fonte: do autor)

## 7 DIRETRIZES GERAIS DO PROJETO

### 7.1 PROJETO PROPOSTO



O Centro de Moda é um espaço voltado para o ensino, pesquisa, a aquisição de conhecimentos, o desenvolvimento e divulgação da moda. Tem como objetivos principais a busca do conhecimento em diversos campos, a formação de uma consciência coletiva, a disseminação cultural, a inclusão social. Em resumo, o espaço será de ensino, cursos, oficinas e eventos

Será instalado em um pólo de crescimento da cidade, tem como público alvo pessoas de várias idades, níveis de instrução e objetivos variados. Isso gera uma fomentação de experiências e ideias que faz do Centro de Moda um espaço contemporâneo; uma plataforma de reflexões, pesquisa, ensino, lazer e extensão para formação e divulgação de uma cultura nova: a moda.

Como partido desse projeto pretendo utilizar diversos materiais e texturas buscando uma arquitetura com boa inserção no entorno, com linguagem contemporânea e limpa, comprometida ecologicamente com os preceitos ambientais e que comporte a volatilidade, a mudança e efemeridade da Moda; que comporte o Mundo da Moda com toda sua riqueza e criatividade. Pretendo utilizar o edifício como uma ponte entre a população e a moda, valendo-me de artifícios arquitetônicos para facilitar ainda mais essa integração; facilitar a entrada do público nessa atmosfera da moda.

## 7.2 ANALISE DO PUBLICO ALVO

O Centro de Moda se configura como um importante instrumento de transmissão de conhecimento para pessoas de diversas áreas e com diferentes níveis de formação. Ela deve acolher plenamente cada uma dessas pessoas com seus interesses específicos. Podemos citar alguns exemplos como: graduados em moda, procurando aperfeiçoar seu conhecimento; pessoas interessadas em graduar-se; profissionais de áreas correlatas; empresários da indústria da confecção e tecelagem; profissionais da cadeia têxtil e do vestuário em geral; comunidade externa e curiosos em geral, interessados na aquisição de conhecimento, etc.

### 7.3 DEFINIÇÃO PRELIMINAR DO PROGRAMA DE NECESSIDADES

- Setor de eventos: **1100 m<sup>2</sup>**

Hall – 130 m<sup>2</sup>

Sanitários (femininos e masculinos) – 20m<sup>2</sup>

Espaço multifuncional – 350m<sup>2</sup>

Auditório: 150m<sup>2</sup>

Café/Cantina – 30m<sup>2</sup>

Loja – 30m<sup>2</sup>

Museu da Moda – 300m<sup>2</sup>

Área técnica – 50m<sup>2</sup>

Sala de apoio – 20m<sup>2</sup>

Depósito – 20m<sup>2</sup>

- Setor de ensino: **1500m<sup>2</sup>**

Salas de aula teórica – 60m<sup>2</sup> (quantidade:8=480m<sup>2</sup>)

Ateliês – 60<sup>2</sup> (quantidade:8=480m<sup>2</sup>)

Sala de informática – 60m<sup>2</sup> (quantidade:2=120m<sup>2</sup>)

Sanitários (femininos e masculinos) – 15m<sup>2</sup>

Sala dos Professores e Gabinetes – 120m<sup>2</sup>

Copa: 20m<sup>2</sup>

Sanitários dos Professores – 10m<sup>2</sup>

Biblioteca – 235m<sup>2</sup>

Sala de apoio – 20m<sup>2</sup>

- Setor Administrativo: **400m<sup>2</sup>**

Hall – 30m<sup>2</sup>

Sanitários (femininos e masculinos) – 20m<sup>2</sup>

Administração – 40m<sup>2</sup>

Diretoria -40m<sup>2</sup>

Coordenação - 40m<sup>2</sup>

Secretaria – 30m<sup>2</sup>

Sala de reuniões - 40m<sup>2</sup>

Vestiário funcionários – 25m<sup>2</sup>

Sanitários funcionários – 15m<sup>2</sup>

Copa – 20m<sup>2</sup>

DML – 30m<sup>2</sup>

Lixo – 15m<sup>2</sup>

Zeladoria – 15m<sup>2</sup>

Deposito – 20m<sup>2</sup>

Docas – 90m<sup>2</sup>

- Prever Estacionamento

Total aproximadamente: **3.000 m<sup>2</sup>**

### 7.3.1 Organograma Funcional

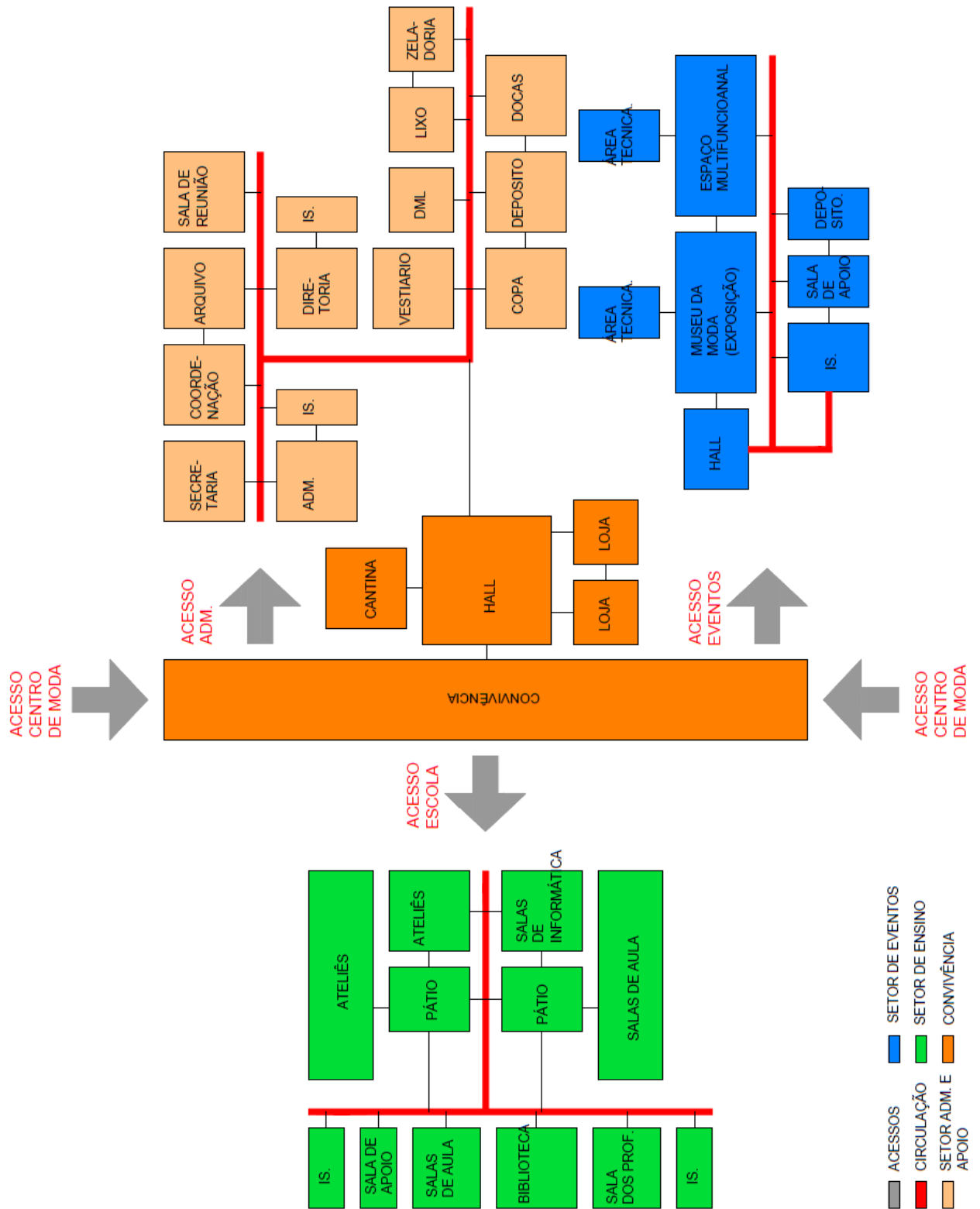


Figura 75: Organograma e setorização

## 8 CONCLUSÃO

A moda espelha a sociedade e talvez seja o que condense e simbolize de maneira mais sintética o espírito do tempo.

Houve um grande salto da moda brasileira nas últimas décadas. A moda é hoje uma das mais importantes indústrias do país. Está sendo reconhecida internacionalmente, o que aumenta ainda mais o interesse de jovens brasileiros na procura de cursos de graduação e profissionalização no ramo.

Os eventos, cada vez maiores e com grande importância no calendário internacional da moda, chamam a atenção de empresários de todos os ramos para uma área em expansão, podendo ser muito lucrativa.

Apesar de todo esse crescimento os cursos ligados a moda concentram-se principalmente em São Paulo e, mesmo assim, não têm espaços exclusivos e totalmente adequados às inúmeras atividades que uma escola de moda propõe; desde o desenvolvimento artístico e intelectual do aluno até a inclusão social dos cidadãos.

Os amantes da moda, principalmente os que fazem dela o seu trabalho, sentem falta de uma boa escola de moda em Curitiba e principalmente de um local de encontro, de uma plataforma de discussão e troca de ideias na procura da formação da identidade da moda brasileira. É nesse contexto que nasce o Centro de Moda.

Através deste estudo consegui compreender um pouco da história do Moda e suas singularidades. Sintetizando como a moda se reflete na sociedade segundo os principais teóricos do assunto.

Estudei a conceituação de ateliê, espaços essenciais na escola de moda, e a indústria da moda.

Com todo esse referencial teórico formado, passei aos estudos de caso. Escolhi obras com destaque arquitetônico-funcional que me ajudassem a compreender como uma escola de moda funciona e o que é preciso ter especialmente para que atinja a meta proposta. Com mais esse conjunto de experiências e conhecimentos passei para a conceituação do projeto em si: minhas metas, minhas perspectivas, o terreno para implantação do projeto, um

levantamento de dados justificando a escolha desse terreno e uma proposta de programa pré-dimensionado para o edifício.

Com isso finalizo a fundamentação teórica, passando para o próximo passo: o projeto.

## REFERÊNCIAS

BRAGA, João. **História da Moda – uma narrativa**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2007.

BRAGA, João. **Reflexões sobre moda volume I**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2006.

BRAGA, João. **Reflexões sobre moda volume II**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2007.

BRAGA, João. **Reflexões sobre moda volume III**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2007.

BRAGA, João. **Reflexões sobre moda volume IV**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2007.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das LETRAS, 2009.

CHATAIGNIER, Gilda. **História da moda no Brasil**. São Paulo: Estação das Letras e das Cores, 2010.

BRAGA, João. **Um século de moda**. São Paulo: D'Livros Editora, 2013.

BRAGA, João; PRADO, Luís André do Prado. **História da moda no Brasil: das influências às autorreferências**. São Paulo: Disal Editora, 2011.

CALANCA, Daniela. **História social da moda**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.

MALCOLM, Barnard. **Moda e comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

SABINO, Marco. **Dicionário da moda**. Rio de Janeiro: Campus, 2007.

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Dicionário ilustrado da moda**. Barcelona: Editora: Gustavo Gilli, 2012.

STEVENSON, N. J. **Cronologia da moda: de Maria Antonieta a Alexander McQueen**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

BRAGA, JOÃO. Arquitetura e Moda. **Costura Perfeita**, São Paulo, v. 8, n. 37, p. 92-94, maio 2007.

Instituto de Moda do Paraná. Disponível em: <<http://www.imopr.com.br/>>. Acesso em: 31/03/2015.

LabModa – Semana de Moda de Curitiba. Disponível em:< <http://www.labmoda.art.br/>>. Acesso em: 31/03/2015.

História da Moda -. Disponível em:<<http://revista.crb8.org.br/index.php/crb8digital/article/>>. Acesso em 06/04/2015.

História da Moda -. Disponível em:< <http://www.susanjacomel.com.br/historia-da-moda/>>. Acesso em 06/04/2015.

Moda Antiga - Disponível em:<<http://histemoda.blogspot.com.br/>>. Acesso em: 07/04/2015.

Evolução da Moda – Disponível em:<<http://evolucaodamoda-apr.com.br/>>. Acesso em: 07/04/2015.

A história do vestiário, o costume de cada época. – Disponível em:< <http://www.cpt.com.br/cursos-confeccaoderoupas/artigos/a-historia-do-vestuario-os-costumes-de-cada-epoc/>>. Acesso em: 10/04/2015.

História da Moda – Disponível em:<<http://história-da-moda.info/evolucao-da-moda.html/>>. Acesso em 10/04/2015.

História da Moda Brasileira - Disponível em:<<http://portiflio-histria-da-moda-brasileira.com.br/>>. Acesso em 22/04/2015.

O desenvolvimento Moda Brasileira - Disponível em:< <http://www.overmundo.com.br/overblog/o-desenvolvimento-da-moda-brasileira/>>. Acesso em 22/04/2015.

Portfólio da história da Moda Brasileira - Disponível em:< <http://pt.slideshare.net/carolafiune/portiflio-histria-da-moda-brasileira/>>. Acesso em 23/04/2015.

Relação Moda e Arquitetura – Disponível em:<<http://al-urbano.blogspot.com.br/>>. Acesso em 24/04/2015.

Arquitetura, Estrutura e Moda – Disponível em:< <http://au.pini.com.br/arquitetura-urbanismo/133/arquiteturas-estruturas-e-moda-22714-1.aspx/>>. Acesso em 24/04/2015.

Moda x Arquitetura. – Disponível em:< <http://www.mustdo.com.br/moda-x-arquitetura-toquio/>>. Acesso em 24/04/2015.

Relações entre Moda, Arquitetura e Estrutura. – Disponível em:< <https://forademoda.wordpress.com/2008/02/08/relacoes-entre-moda-arquitetura-e-estrutura/>>. Acesso em 24/04/2015.

Moda e Arquitetura, um diálogo entre duas artes. – Disponível em:< <http://www.keepasecret.com.br/moda-e-arquitetura-um-dialogo-entre-duas-artes/>>. Acesso em 24/04/2015.



Espaço e mobiliário dos laboratórios de moda - Disponível em:<  
<http://base.repositorio.unesp.br/handle/11449/89756>>. Acesso em 25/04/2015.

Laboratórios de Moda - Disponível em:<  
<https://modafeevale.wordpress.com/laboratorios-do-curso/>>. Acesso em 27/04/2015.

Laboratórios de Moda - Disponível em:<  
[http://www.una.br/vida\\_academica/laboratorios-de-moda-48/](http://www.una.br/vida_academica/laboratorios-de-moda-48/)>. Acesso em 28/04/2015.

Cursos básicos de moda - Disponível em:<  
<http://www.escolacouturelab.com/#!/cursos/cihc>>. Acesso em 05/05/2015.

PUC - PR - Disponível em:< <http://www.pucpr.br/>>. Acesso em 07/05/2015.

Universidade Positivo - Disponível em:< <http://www.up.edu.br/>>. Acesso em 07/05/2015.

FAAP - SP - Disponível em:< <http://www.faap.br/>>. Acesso em 07/05/2015.

JLCG Arquitetos - Estudo de Caso – Disponível em:<<http://divisare.com/projects/16359-Jo-o-Lu-s-Carrilho-da-Gra-a-Modam-Museo-E-Scuola-Della-Moda> />. Acesso em: 09/05/2015.

JLCG Arquitetos - Estudo de Caso – Disponível em:<<http://ordinearchitetti.mi.it/it/mappe/concorsi/edificio/1814-modam-museo-e-scuola-della-moda/10-modam-museo-e-scuola-della-moda> />. Acesso em: 10/05/2015.

JLCG Arquitetos - Estudo de Caso – Disponível em:<[http://jlcg.pt/additional\\_work/modam/](http://jlcg.pt/additional_work/modam/)>. Acesso em: 10/05/2015.

Mecanno Arquitetos - Estudo de Caso – Disponível em:<<http://mecanoo.nl/>>. Acesso em: 18/05/2015.

Mecanno Arquitetos - Estudo de Caso – Disponível em:<<http://analiserickbojorque.blogspot.com.br/2010/09/mecanoo-architecten/>>. Acesso em: 22/05/2015.

Mecanno Arquitetos - Estudo de Caso – Disponível em:<  
<http://divisare.com/projects/21961-Enrico-Cerasi-Francesco-Veenstra-Luca-Molinari-Francesco-De-Agostini-Fedele-Canosa-Nicol-Riva-Aart-Fransen-MOAM-Museo-e-Scuola-Della-Moda-Area-Garibaldi-Repubblica-Milano-/>>. Acesso em: 25/05/2015.

Mecanno Arquitetos- Estudo de Caso – Disponível em:<<http://ordinearchitetti.mi.it/it/mappe/concorsi/edificio/1817-modam-museo-e-scuola-della-moda/10-modam-museo-e-scuola-della-moda/>>. Acesso em: 25/05/2015.

Instituto de pesquisa e planejamento urbano de Curitiba – Disponível em:<<http://www.ippuc.org.br/>>. Acesso em: 29/05/2015.

Industria têxtil Brasileira – Disponível em:<<http://www.saopaulopretaporter.com/noticias/ler/iemi-lanca-relatorio-setorial-da-industria-textil-brasileira/>>. Acesso em: 02/06/2015.

Industria têxtil Brasileira – Disponível em:<<http://www.texbrasil.com.br/texbrasil/SobreSetor.aspx?tipo=15&pag=1&nav=0&tela=SobreSetor/>>. Acesso em: 02/06/2015.

Números da indústria da Moda Brasileira do ano de 2014. – Disponível em:<<http://www.fashionbubbles.com/bubbles/moda-brasil-dados-e-numeros-da-industria-da-moda-brasileira-referentes-ao-ano-de-2014/>>. Acesso em: 03/06/2015.

#### Bibliografia de Apoio:

LANZARIN, Fernanda. Centro integrado de Moda e indústria têxtil do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2008.

BIANCHI, Marina. Centro de ensino e promoção da Moda. Porto Alegre, 2012.

BIASSI, Priscilla. Casa da Moda. Porto Alegre, 2014.

CANALLI, Natalia. Observatório de Moda. Curitiba, 2008.