



**12º SIMPÓSIO
DE SUSTENTABILIDADE**

**21 - 22 - 23
OUTUBRO - 2025**



FUNDAMENTOS ARQUITETÔNICOS: O DIÁLOGO ENTRE ARQUITETURA E MODA NA CRIAÇÃO DE UM ATELIÊ INTEGRADO PARA A CIDADE DE CASCAVEL – PR

CAMARGO, Tayná I.¹
FELTRIN, Geovani.²

RESUMO

O assunto da presente pesquisa é a arquitetura comercial, com enfoque no diálogo entre arquitetura e moda na criação de espaços inovadores. A pesquisa tem como objetivo principal embasar o desenvolvimento de uma proposta projetual de um ateliê integrado a uma loja e a um café, localizado na cidade de Cascavel/PR. Parte-se da seguinte problemática: Como a arquitetura dos espaços comerciais de moda pode influenciar a percepção de exclusividade e pertencimento na sociedade contemporânea? Parte-se da hipótese de que a arquitetura e a moda, ao atuarem como marcadores sociais, influenciam comportamentos e estilos de vida ao refletirem os valores e aspirações de cada época. A metodologia adotada é qualitativa, com base na abordagem fenomenológica, pesquisa bibliográfica, análise de estudos de caso e método comparativo. O estudo visa fornecer embasamento teórico e prático para a elaboração de um espaço comercial que promova identidade, experiência sensorial e engajamento com o usuário, consolidando o diálogo simbólico entre moda e arquitetura.

PALAVRAS-CHAVE: Ateliê Integrado. Moda. Identidade. Experiência do Usuário. História da Arquitetura.

1. INTRODUÇÃO

A presente pesquisa trata da arquitetura comercial, com foco na criação de espaços inovadores que integrem moda e arquitetura. O estudo propõe o desenvolvimento de um ateliê de moda integrado a uma loja e café, localizado na cidade de Cascavel/PR. A escolha do tema justifica-se pelo potencial simbólico e cultural da moda e da arquitetura enquanto linguagens que comunicam valores, estilos de vida e identidades sociais. Ambas operam como sistemas de representação, traduzindo as transformações históricas, estéticas e comportamentais de uma sociedade, pois “a moda, como produto da cultura, terá um papel decisivo na construção e expressão dessas novas identidades e também nas relações de consumo”. (Guimarães, 2008)

Ao longo da história, diferentes movimentos revelam que moda e arquitetura compartilham princípios formais, compositivos e conceituais. Esta interligação será abordada por meio da análise de elementos como forma, cor, textura e composição, evidenciando como a moda se inspira em estruturas arquitetônicas e vice-versa. A arquitetura, nesse contexto, deixa de ser apenas um suporte físico e passa a atuar como parte da experiência estética e simbólica da moda, reforçando narrativas

¹ Acadêmica de Graduação em Arquitetura e Urbanismo da FAG. Elaborado em projeto de conclusão de curso: TC: Qualificação. E-mail: ticamargo@minha.fag.edu.br

² Professor Orientador da presente pesquisa. Docente do curso de Arquitetura e Urbanismo do Centro Universitário FAG – Cascavel/PR. Graduado em Arquitetura e Urbanismo pelo Centro Universitário FAG. Pós-graduado em Design de Interiores Industriais e Empresariais pelo Centro Universitário Fundação Assis Gurgacz. E-mail: geovanifeltrin@fag.edu.br.



**12º SIMPÓSIO
DE SUSTENTABILIDADE**

**21 - 22 - 23
OUTUBRO - 2025**



visuais e identitárias. Assim, o projeto propõe um espaço comercial que não apenas exponha produtos, mas que encene uma identidade, provoque sensações e crie conexões com o público.

A hipótese propõe que moda e arquitetura atuam como marcadores sociais, capazes de influenciar estilos de vida e promover engajamento simbólico com o espaço.

Na contemporaneidade, os espaços comerciais deixam de ser meros pontos de venda para se tornarem plataformas de construção de identidade, experiência sensorial e conexão emocional com os consumidores. Conforme destaca Lipovetsky (2009), o consumo ultrapassa a dimensão funcional e passa a ser um vetor de expressão simbólica e construção de estilos de vida. Sob essa perspectiva, o ambiente físico exerce um papel estratégico na diferenciação das marcas, não apenas na atração, mas também na fidelização do público. Além disso, O'Neill (2019) reforça que os espaços de varejo são concebidos como extensões da identidade da marca, impactando diretamente a experiência do consumidor. Do ponto de vista social, esses espaços refletem dinâmicas culturais, econômicas e urbanas, contribuindo para o fortalecimento do comércio local, geração de empregos e desenvolvimento socioeconômico das cidades.

O objetivo geral é elaborar uma proposta projetual de um ateliê de moda com base no vínculo entre essas duas áreas.

Os objetivos específicos incluem:

- Levantamento histórico;
- Análise de casos;
- Estudo de impacto sensorial e social;
- Elaboração de programa de necessidades;
- Desenvolvimento do projeto.

O marco teórico desta pesquisa apoia-se em autores que abordam a moda e a arquitetura como linguagens culturais e instrumentos de construção de identidade. Lipovetsky (2009) oferece uma análise aprofundada sobre o papel da moda nas sociedades contemporâneas, destacando sua função simbólica na formação de estilos de vida e na lógica do consumo. Guimarães (2008) contribui com uma reflexão sobre a moda como uma poderosa narrativa de identidade, capaz de mediar relações sociais e culturais. Brandini (2009), por sua vez, discute a moda a partir de uma perspectiva histórica e sociológica, relacionando-a com os processos de modernização e com a cultura do consumo. Já Cole (2012) complementa esse panorama ao abordar a arquitetura como manifestação



**12º SIMPÓSIO
DE SUSTENTABILIDADE**

**21 - 22 - 23
OUTUBRO - 2025**



estética, histórica e cultural, ressaltando como os espaços construídos traduzem valores, símbolos e dinâmicas da sociedade.

Este estudo adotada o método qualitativo e fenomenológico (PRODANOV; FREITAS, 2011), com uso de pesquisa bibliográfica (LAKATOS; MARCONI, 2006) e análise comparativa de projetos correlatos. O trabalho está organizado em capítulos que abordam a introdução, o referencial teórico, estudos de caso, diretrizes projetuais, desenvolvimento da proposta e considerações finais.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nesta etapa inicial da pesquisa, o foco central reside na coleta estruturada de informações essenciais. O objetivo primordial é reunir os dados cruciais que irão fundamentar o desenvolvimento do projeto arquitetônico de um ateliê e embasar a justificativa técnica para sua concretização.

2.1 ARQUITETURA E MODA: UM DIÁLOGO AO LONGO DA HISTÓRIA

Ao longo dos anos, diversas manifestações de estilos vieram a ser apresentados, a maioria surgindo não só na arte, mas também na intersecção de arquitetura e moda. Essas expressões visuais e estéticas caminharam juntas, refletindo os comportamentos, valores e transformações de cada época. Alguns estilos presentes na arquitetura influenciaram a moda, revelando um diálogo constante entre essas duas formas de expressão que, apesar de distintas, compartilham inspirações, simbologias e intenções. (ARAÚJO, 2014)

Neste estudo, serão analisados os estilos Rococó, Art Déco e Modernismo Tardio com o objetivo de compreender como a moda e a arquitetura mantêm um diálogo contínuo ao longo da história.

A escolha dos estilos Rococó, Art Déco e Modernismo Tardio se justifica pela capacidade desses movimentos históricos evidenciarem, de forma complementar, como os códigos estéticos, simbólicos e funcionais evoluem e dialogam com a construção de experiências espaciais no contexto contemporâneo. O Rococó representa a valorização do ornamento, da exuberância e da sofisticação, elementos frequentemente resgatados



**12º SIMPÓSIO
DE SUSTENTABILIDADE**

**21 - 22 - 23
OUTUBRO - 2025**



em espaços comerciais voltados ao luxo e à experiência sensorial — como observa Petrov (2019), a composição visual e estética das vitrines atuais ainda remete a essa lógica de encantamento e teatralidade. O Art Déco, por sua vez, destaca-se pela geometrização das formas, pela simetria e pela elegância atemporal, características que permanecem como referência estética em vitrines, boutiques e showrooms (Rogers, 2012). Já o Modernismo Tardio introduz a valorização da função, da simplicidade formal e da expressividade dos materiais, princípios que seguem sendo pilares do design de interiores e da arquitetura comercial atual, especialmente em propostas minimalistas que priorizam a experiência sensorial e a clareza espacial — como destaca O'Neill (2019), a arquitetura de varejo contemporânea se apoia amplamente nesses preceitos para comunicar valor, identidade e autenticidade. Assim, a análise desses três estilos permite compreender como diferentes paradigmas estéticos e culturais continuam a inspirar e moldar os espaços comerciais contemporâneos.

2.1.1 Rococó

O Rococó foi um movimento decorativo que se desenvolveu no começo do século XVIII em casas urbanas e de campo da nobreza parisiense. O estilo foi marcado por suas curvas, conchas e ornamentos dourados. (COLE, 2012)

A Sala Oval do Hôtel de Soubise, projetada por Germain Boffrand, é um exemplo de arquitetura rococó em Paris. Concebido entre 1735 e 1740 as paredes curvas, a delicadeza dos painéis em relevo e a ausência de ângulos retos demonstram a fluidez e a graça do estilo em um ambiente urbano aristocrático. (BRUN, 2018)

Linhas e forma: Planta oval, linhas curvas, boiseries e distribuição orgânica dos elementos decorativos.

Materiais e cores: Uso de espelhos embutidos nas paredes proporcionam a sensação de amplitude e refletem a luz das janelas e dos candelabros de cristal. O interior é dominado por tons pastel e dourados.

Detalhes e ornamentos: Conchas, volutas e arabescos.

Na moda, no século XVIII, destacou-se por vestidos elaborados e cortes estruturados, refletindo o luxo, o status e o gosto refinado da realeza e da aristocracia europeia. Surgiram estilos



**12º SIMPÓSIO
DE SUSTENTABILIDADE**

**21 - 22 - 23
OUTUBRO - 2025**



como o *Robe Volante* e o *Robe à la Française*, com pregas Watteau, espartilhos, e saias armadas por paniers que criavam formas amplas e laterais exageradas. (BRAGA, 2022)

O Vestido Volante, ou *Robe Volante*, representava uma faceta mais íntima e descontraída da moda rococó. Usado pela nobreza e damas da alta sociedade em ambientes menos formais, ele, contudo, não abria mão da riqueza e delicadeza características do período. Sua confecção era fruto do trabalho de artesãos habilidosos, que seguiam as tendências ditadas pela corte e pela sociedade, sem a figura de um "estilista" com reconhecimento de marca como conhecemos hoje. (LIMA, 2012)

Linhas e forma: Silhuetas estruturadas com grande volume lateral (graças aos *paniers*), cintura marcada com espartilhos e pregas nas costas.

Tecidos e cores: Uso de tecidos ricos como seda, tafetá, brocado e musselina; predominância de branco, tons pastel e bordados elaborados.

Detalhes e ornamentos: Babados, laços, rendas, flores de tecido, “quillings” e “engageantes” (babados nas mangas).

2.1.2 Art Decó

O Art Déco foi um movimento estético que emergiu no início do século XX, alcançando seu auge nas décadas de 1920 e 1930. Caracterizado por formas geométricas, linhas retas e simetria, o estilo refletia o entusiasmo pela modernidade, pelo progresso e pela elegância. (ROGERS, 2012)

Pode-se citar o edifício A Noite, situado no Rio de Janeiro e projetado pelo arquiteto Joseph Gire no ano de 1929. Segundo o livro *Arquitetura Moderna no Brasil*, escrito por Henrique Mindlin e publicado em 1956, ele foi o primeiro arranha-céu da América Latina, tornando-se um marco da era moderna no Brasil. O edifício apresenta características marcantes do estilo Art Déco, como a fachada composta por linhas verticais, o uso de materiais modernos para a época, como concreto armado e estruturas metálicas, além da simetria, com janelas alinhadas e volumes claramente definidos.

Na moda, focamos no ano em que o estilo foi criado, 1920 a 1930, que marcou uma revolução nos hábitos femininos. As mulheres abandonaram os espartilhos e adotaram roupas mais soltas, com vestidos de cintura baixa, tecidos leves e cortes retos, simbolizando liberdade, modernidade e emancipação. A silhueta tornou-se mais tubular e prática, refletindo a nova mulher urbana e



**12º SIMPÓSIO
DE SUSTENTABILIDADE**

**21 - 22 - 23
OUTUBRO - 2025**



independente. Os homens também adotaram trajes mais ajustados e com cortes mais modernos, acompanhando a sofisticação da época. (BRAGA, 2022)

O vestido *La Cigale* foi um vestido de noite criado por Jeanne Lanvin em 1924, marcado por suas franjas longas, bordados geométricos e pela silhueta reta e alongada.

Linhas e forma: Silhuetas tubular e reta, cintura baixa, cortes geométricos e simétricos, o estilo é minimalista mas com sua elegância moderna.

Tecidos e cores: Uso de tecidos leves como seda, cetim e veludo, uso de tons metálicos, como dourado e prateado, tons clássicas como preto e branco, tons sobrios como bordô e verde.

Detalhes e ornamentos: Um destaque era o detalhe de franjas e acessórios marcantes como turbantes, boás de penas, luvas longas e colares compridos.

2.1.3 Modernismo Tardio

O Modernismo Tardio foi uma fase mais avançada do movimento modernista, aproximadamente entre o final da década de 1950 e os anos 1970. Enquanto o Modernismo clássico buscava a simplicidade funcional, a eliminação de ornamentos e o uso de novos materiais, como vidro e aço. (COLIN, 2020)

A moda dos anos 60 traduziu o espírito revolucionário da década, com forte influência do Modernismo Tardio. A silhueta tornou-se simples, juvenil e ousada, com vestidos curtos, cortes retos e uma rejeição das normas tradicionais. Foi um período de experimentação visual, onde o vestuário refletia tanto a cultura pop quanto as ideias modernistas de inovação e simplicidade. Os movimentos da Pop Art e da Op Art muito contribuíram para a ornamentação das roupas na estampa. (BRAGA, 2022)

Linhas e forma: Silhuetas reta e cortes geométricos, vestidos “a-line” e túnicas, estilo futurista e minimalista.

Tecidos e cores: Uso de materiais sintéticos como vinil e nylon, paletas vibrantes, blocos de cor contrastes fortes entre branco e preto e neon.

Detalhes e ornamentos: Óculos de sol grandes, brincos e colares de plástico colorido, maquiagens marcantes, roupas metálicas e design funcional.

O conceito de design funcional, amplamente difundido a partir do Modernismo Tardio, impacta diretamente o desenvolvimento de espaços comerciais contemporâneos. Nesse contexto,

prioriza-se a clareza espacial, a eliminação de excessos decorativos e a valorização dos materiais em seu estado mais puro. Exemplos como as lojas da Apple Store refletem esses princípios, com ambientes que exploram espaços amplos, fluxos intuitivos e uma estética minimalista, onde o produto é o protagonista e o espaço torna-se um palco neutro, porém sofisticado, que potencializa a experiência do usuário. Segundo O'Neill (2019), a arquitetura de varejo contemporânea utiliza o design funcional como estratégia para fortalecer a identidade da marca, promovendo uma experiência de consumo que é, ao mesmo tempo, intuitiva, sensorial e alinhada às expectativas estéticas da sociedade atual. Essa abordagem demonstra que a funcionalidade não significa ausência de estética, mas sim uma estética fundamentada na lógica da simplicidade, do conforto e da eficiência.

2.2 ELEMENTOS ARQUITETÔNICOS COMO REFERÊNCIA NA MODA

A análise comparativa a seguir explorará elementos como forma, cor, textura e composição, buscando identificar paralelos e contrastes entre os estilos visuais e suas manifestações na arquitetura e na moda.

2.2.1 Rococó

Figura 01 - Galerie des Glaces, Paris



Fonte: Inès Boittiaux (2024)

Figura 02 - Robe à la française



Fonte: Royal Ontario Museum (2020)

Linhas e Forma:



**12º SIMPÓSIO
DE SUSTENTABILIDADE**

**21 - 22 - 23
OUTUBRO - 2025**



Imagem 01 (Arquitetura): Linhas sinuosas e arcos delicados suavizam as formas estruturais, criando movimento e fluidez. Plantas de edifícios e interiores frequentemente exibem curvas e espaços interconectados graciosamente.

Imagem 02 (Moda): O vestido destaca-se pela silhueta marcada: espartilho estruturado e saia ampla com paniers. Suas linhas arredondadas criam volume na saia, contrastando com o corpo ajustado.

Comparação: Entre ambos os casos, notamos uma escolha por linhas curvas e elaboradas, embora aplicadas de maneiras distintas devido à natureza dos objetos. Conclui-se que, nos dois elementos, as curvas se manifestam de forma decorativa e estrutural.

Tecidos e cores:

Imagem 01 (Arquitetura): As cores predominantes são o dourado, o branco e tons pastel, criando uma atmosfera luminosa e sofisticada. Os materiais utilizados, como mármore, estuque e detalhes em metal dourado, contribuem para uma textura visual rica e luxuosa.

Imagem 02 (Moda): O vestido apresenta tecidos finos e delicados em tons claros, como o branco e o bege. A textura é suave, realçada pelos bordados elaborados com fios de seda e aplicações de elementos decorativos.

Comparação: Entre ambos, há uma preferência por cores claras e luminosas, que transmitem leveza e requinte. A escolha de materiais não é diferente: texturas ricas acentuam a sensação de luxo.

Detalhes e ornamentos:

Imagem 01 (Arquitetura): A ornamentação exuberante e detalhada apresenta elementos como folhas de acanto e arabescos. Aplicados em relevo, os detalhes criam jogos de luz e sombra que enriquecem visualmente os espaços.

Imagem 02 (Moda): Vestido ricamente adornado com bordados, laços e babados, evidenciando a habilidade artesanal da época. As mangas volumosas, "engageantes", eram um elemento marcante que contribuía para a grandiosidade e sofisticação da peça.

Comparação: Entre os dois, percebe-se uma ornamentação delicada, elegante e inspirada na natureza. A simetria e a leveza dos detalhes contribuem para a sensação de dinamismo.

2.2.2 Art Déco

Figura 03 - Edifício Chrysler, N.Y.



Fonte: Chrysler (2024)

Figura 04 - Dress Flapper



Fonte: TheFROCK(2020)

Linhas e Forma:

Imagem 03 (Arquitetura): Linhas predominantemente retas e verticais direcionam o olhar para a altura, conferindo uma sensação de imponência. A composição se estrutura através de formas geométricas bem definidas, como triângulos e trapézios, cuja repetição estratégica estabelece um ritmo visual coeso e marcante.

Imagem 04 (Moda): O vestido apresenta uma silhueta alongada e esguia, caracterizada por linhas retas e fluidas que minimizam a definição da cintura, resultando em uma aparência mais tubular e contínua.

Comparação: Entre ambos os casos, notamos uma valorização significativa de linhas retas e formas geométricas em sua linguagem visual. A verticalização existente traz uma sensação de elevação e estrutura em ambas as manifestações.

Tecidos e cores:

Imagem 03 (Arquitetura): As cores predominantes são sóbrias e elegantes, explorando uma paleta de tons que inclui o bege suave, o marrom terroso e o brilho do dourado. Há um contraste interessante entre superfícies opacas e detalhes metálicos.

Imagem 04 (Moda): O vestido aparenta ser confeccionado com uma rica aplicação de lantejoulas, que capturam a luz de forma intensa. As cores escolhidas são escuras e profundas, como o azul-noite, conferindo à peça um glamour e um toque de mistério.

Comparação: Entre os dois estilos analisados, existe uma clara valorização da sofisticação e dos materiais empregados. O contraste entre diferentes texturas é uma característica marcante presente em ambas as manifestações estéticas.

Detalhes e ornamentos:

Imagem 03 (Arquitetura): A ornamentação geométrica, repetição de padrões e uma simetria elegante na aplicação dos ornamentos, que integram a estrutura.

Imagem 04 (Moda): O vestido é ricamente ornamentado com bordados de padrões geométricos e aplicação de lantejoulas que adicionam movimento e brilho. Os detalhes são simétricos e estilizados, refletindo a estética do estilo.

Comparação: Entre os dois, percebe-se uma ornamentação com detalhes geométricos e estilizados, muitas vezes inspirados em culturas antigas. A simetria e a repetição de padrões são características comuns, conferindo um senso de ordem e elegância.

2.2.3 Modernismo Tardio

Figura 05 - Museu de Arte de São Paulo



Fonte: MASP (2019)

Figura 06 - Mondrian (Y.S.L.)



Fonte: Musee YSL Paris (2017)

Linhas e Forma:

Imagem 05 (Arquitetura): Linhas retas e horizontais, enfatizando a extensão e a leveza da estrutura. A forma geral é um volume retangular suspenso, com grandes vãos livres e uma sensação de despojamento.



**12º SIMPÓSIO
DE SUSTENTABILIDADE**

**21 - 22 - 23
OUTUBRO - 2025**



Imagem 06 (Moda): O vestido apresenta uma forma simples e geométrica, com linhas retas que definem grandes blocos de cor. A silhueta é reta e sem adornos, focando na composição das formas no tecido.

Comparação: Entre ambos os casos, notamos a clareza das linhas retas e as formas geométricas básicas. Há uma busca pela essencialidade e pela eliminação de elementos considerados supérfluos.

Tecidos e cores:

Imagem 05 (Arquitetura): As cores são fortes e primárias nos icônicos pilares vermelhos, contrastando com o cinza do concreto e a transparência do vidro.

Imagem 06 (Moda): O vestido utiliza cores primárias, dispostas em blocos retangulares definidos por linhas pretas. Tudo priorizando o impacto visual da composição cromática.

Comparação: A paleta de cores em ambos os exemplos é marcante, com o uso de cores que se destacam. A valorização de materiais em sua forma mais pura, como o concreto aparente na arquitetura e um tecido sem texturas elaboradas na moda, também é um ponto de convergência.

Detalhes e ornamentos:

Imagem 05 (Arquitetura): A ornamentação é mínima, quase inexistente. Ela não se limita a ocupar o espaço urbano, reside através da clareza estrutural, da pureza das formas e do contraste entre os materiais.

Imagem 06 (Moda): O “ornamento” do vestido é a própria composição de cores e geometria, inspirada diretamente na pintura de Piet Mondrian.

Comparação: A ausência de ornamentação supérflua é uma característica fundamental do Modernismo Tardio em ambas as manifestações. A beleza é encontrada na organização espacial, na clareza estrutural (na arquitetura) e na composição abstrata das cores e formas (na moda).

As análises comparativas entre os estilos demonstram que moda e arquitetura não apenas compartilham valores estéticos, mas também refletem o espírito de seus tempos por meio de linguagem visual comum. A transição do excesso decorativo para a simplicidade geométrica e, posteriormente, à funcionalidade pura, evidencia uma transformação cultural que se expressa tanto na maneira de construir quanto de vestir. Essa aproximação entre forma, função e estética reafirma o papel simbólico da arquitetura e da moda como meios de comunicação e identidade social.



2.3 EXPERIÊNCIA ESPACIAL E IDENTIDADE NA MODA

A experiência do espaço é moldada por práticas corporais, entre as quais se destaca o ato de vestir. A moda funciona como uma linguagem que traduz narrativas individuais e coletivas no espaço físico. Mais do que simplesmente ocupar o espaço urbano, ela contribui para a sua redefinição, estabelecendo uma relação simbiótica entre corpo, vestuário e ambiente. A frase “a identidade não é uma essência fixa, mas uma construção contínua” dialoga diretamente com o pensamento de Bauman (2001), que caracteriza a contemporaneidade como uma “modernidade líquida”, onde os indivíduos transitam entre múltiplas identidades, moldadas por contextos, escolhas e experiências temporárias. Nesse cenário, os espaços comerciais assumem papel fundamental como plataformas de expressão e experimentação dessas identidades fluidas, oferecendo ambientes que estimulam o pertencimento, a diferenciação e a construção simbólica do eu. A arquitetura, portanto, deixa de ser apenas suporte físico e passa a ser parte ativa no processo de mediação cultural e construção identitária dos sujeitos contemporâneos.

A reflexão de Guimarães (2008) sobre a moda como narrativa de identidades pode ser ampliada quando se observa como essa construção simbólica se manifesta no espaço arquitetônico, especialmente em ambientes comerciais. A materialização da identidade ocorre por meio de escolhas espaciais que comunicam os valores e o posicionamento da marca: texturas, cores, iluminação, mobiliário, layout e até a circulação interna são elementos que deixam de ser apenas funcionais para se tornarem expressões da identidade da marca e, consequentemente, da própria identidade do consumidor. Como reforça O’Neill (2019), o design de varejo é um prolongamento da construção identitária, pois cria cenários onde os consumidores não apenas compram produtos, mas vivenciam estilos de vida, valores e pertencimentos culturais.

Diante disso, percebe-se que a relação entre corpo, vestimenta e espaço transcende a estética, atuando como um mecanismo de expressão identitária tanto para marcas quanto para usuários. Este entendimento é crucial para fundamentar a proposta projetual, pois evidencia como a arquitetura pode potencializar valores e narrativas da moda, alinhando experiência sensorial e construção de pertencimento, pontos centrais da problemática de pesquisa.



**12º SIMPÓSIO
DE SUSTENTABILIDADE**

**21 - 22 - 23
OUTUBRO - 2025**



2.4 EXPERIÊNCIAS DE CONSUMO NO MERCADO DE LUXO VOLTADO PARA MODA

Neste panorama, exploraremos quatro espaços emblemáticos que moldam a experiência de consumo no mercado de luxo da moda: o Ateliê, a Boutique, a Passarela e a Vitrine. Dos espaços exclusivos que abrigam criações de alta costura aos palcos onde as tendências ganham vida, a moda de luxo vai além da simples aquisição de peças, oferecendo um envolvimento sensorial e conceitual profundo.

A análise dessas tipologias evidencia como a ambientação arquitetônica não apenas atende às necessidades comerciais, mas também contribui para a construção de narrativas de exclusividade e desejo no mercado de luxo. Cada um desses espaços – ateliês, boutiques, passarelas e vitrines – desempenha um papel essencial na experiência sensorial do consumidor, reforçando a identidade da marca e a conexão emocional com o público.

2.4.1 Ateliê

O ateliê é um espaço que vai além do trabalho: é também um ambiente de ensino, exposição, negociação e, conforme o perfil do artista, de sociabilidade. (AMADO, 2015)

Ao conceito de ateliê-estúdio sobrepõe-se o de laboratório, espaço de pesquisa e aprendizagem da ciência. Diversas práticas visuais, especialmente a fotografia e a vídeo-arte, são realizadas em ambientes laboratoriais. (ZORDAN, 2019)

O ateliê, sob a perspectiva da ética de Michel Foucault, é descrito como uma heterotopia, um espaço que permite a experiência de um único lugar em múltiplos espaços. Essa característica ressalta a complexidade e a multifuncionalidade do ateliê como ambiente de criação e produção artística.

Conclua-se que “ateliê” é um espaço de trabalho dedicado à criação, um estúdio onde se busca explorar o desenvolvimento artístico, seja de arte, moda, arquitetura, entre outros.

2.4.2 Boutique

Uma boutique de roupa é uma loja especializada que oferece uma experiência de compra diferenciada, com foco na exclusividade, na qualidade e no atendimento personalizado. A boutique



**12º SIMPÓSIO
DE SUSTENTABILIDADE**

**21 - 22 - 23
OUTUBRO - 2025**



assume-se como um espaço que comunica os valores e o estilo de vida da marca, estabelecendo uma ligação emocional com o consumidor. Assim, ela transforma a simples compra de roupa numa experiência de luxo e identidade pessoal. (RODRIGUES, 2012)

Segundo o “Moderno Dicionário da Língua Portuguesa”(Lexicoteca, Círculo de Leitores, 1984), uma boutique é definida como "pequena loja elegante onde se podem adquirir pequenos objetos de luxo e pronto-a-vestir".

Um exemplo desse conceito é a boutique da Chanel na Rue Cambon, em Paris. O espaço, além de carregar o peso histórico da marca, é projetado para refletir a elegância associada a marca. O local preserva elementos históricos como a escadaria espelhada e combina-os com materiais nobres, iluminação suave e uma organização espacial que valoriza cada peça exposta.

2.4.3 Passarela

Segundo o Livro “A historia da moda: uma narrativa”, escrito por João Braga, a passarela pode ser entendida como um palco efêmero e ritualístico onde a moda se manifesta de forma performática. Ela é o espaço de consagração das novas coleções, onde estilistas apresentam suas visões criativas e as tendências da estação são lançadas para um público seletivo de compradores, imprensa e influenciadores.

A passarela, transcende a mera funcionalidade de exibir roupas. Ela se torna um espaço de comunicação visual, onde a cenografia, a música, a iluminação e a escolha dos modelos contribuem para a construção de uma narrativa em torno da coleção. Esse é um momento em que a marca reafirma sua identidade e projeta no público seus desejos, valores e aspirações, buscando estabelecer uma conexão simbólica e emocional. (BRAGA, 2022)

2.4.4 Vitrine

No século XIX, os museus e as galerias compartilhavam semelhanças em seu design e concepção com a arquitetura comercial em expansão da época. As vitrines das lojas, com suas cuidadosas composições visuais, ecoavam as exposições dos museus, atraindo tanto o olhar curioso quanto o desejo de posse. A vitrine transcende a simples exposição de produtos, atuando como um elo de comunicação visual entre a marca e o público. Ela se configura como um espaço estratégico



onde a moda é encenada, tendências são apresentadas e o desejo de consumo é despertado. (PETROV,2019)

A vitrine, para Morgan (2011), também conhecida como “vendedor silencioso”, é uma ferramenta do marketing que visa atrair os clientes através da exposição e organização dos elementos, com pretensão de propagar uma imagem ou até mesmo uma mensagem aos consumidores. Há uma variedade de modelos de vitrines, mas todos compartilham o mesmo propósito: atrair o olhar, comunicar mensagens e estabelecer um elo de interação entre a loja e o consumidor, revelando não apenas os tipos de produtos oferecidos, mas também as inspirações, os temas e as paletas de cores que os envolvem.

Na contemporaneidade, a vitrine transcende sua materialidade física e se expande para os ambientes digitais. Plataformas como Instagram, Pinterest e e-commerce se tornaram vitrines virtuais altamente eficazes, desempenhando o mesmo papel simbólico e sedutor das vitrines tradicionais. Como destaca Petrov (2019), a vitrine opera como um ‘vendedor silencioso’, sendo capaz de construir narrativas visuais que despertam desejo, reforçam valores de marca e promovem o consumo, tanto no espaço físico quanto no digital. Nesse sentido, a arquitetura comercial precisa considerar essa dualidade, criando espaços que dialoguem simultaneamente com o consumidor presencial e com o observador virtual, integrando cenografias instagramáveis, iluminação estratégica e pontos de interesse visual pensados também para a fotografia e o compartilhamento em redes sociais

2.5 O IMPACTO SOCIAL DA ARQUITETURA NO MUNDO DA MODA

A moda e a arquitetura, embora distintas nas suas funções, partilham uma linguagem comum: ambas trabalham com forma, estrutura, proporção e estética. O modo como os espaços são construídos, organizados e vivenciados afeta diretamente a forma como a moda é concebida, apresentada e consumida.

A arquitetura, mediante a projeção de espaços que otimizam conforto, funcionalidade e comodidade, estabelece um paralelo conceitual com a moda, cuja finalidade primordial reside igualmente em prover abrigo ao indivíduo, constituindo uma "arquitetura primária" que se desvincula da epiderme e expande a ocupação corporal no ambiente. (O'NEILL, 2019)



**12º SIMPÓSIO
DE SUSTENTABILIDADE**

**21 - 22 - 23
OUTUBRO - 2025**



O conceito de “arquitetura primária”, conforme discutido por O’Neill (2019), refere-se à noção de que tanto a moda quanto a arquitetura surgem, originalmente, como resposta à necessidade de abrigo — seja do corpo, no caso das roupas, ou do espaço, no caso das edificações. Ambas são extensões do corpo humano e expressões de proteção, conforto e identidade. Enquanto a arquitetura constrói um abrigo físico que organiza e protege o indivíduo no espaço urbano, a moda funciona como uma ‘arquitetura portátil’, uma camada intermediária que também comunica pertencimento, valores culturais e identidade social. Dessa forma, tanto a roupa quanto o espaço arquitetônico deixam de ser meramente funcionais e passam a desempenhar papéis simbólicos e comunicacionais na sociedade contemporânea.

Assim, a análise dessas influências evidencia como arquitetura e moda atuam como agentes de mudança social, refletindo valores culturais e comportamentais de cada época. Este panorama reforça a necessidade de projetar espaços comerciais que dialoguem com essas transformações, criando ambientes que não só comercializam produtos, mas também comunicam histórias e atendem às novas demandas de consumo e identidade da sociedade contemporânea.

Um exemplo icônico que materializa a relação entre arquitetura, moda e transformação social é o Prada Epicenter NY, projetado pelo arquiteto Rem Koolhaas (OMA). Este espaço transcende a função de loja e se configura como um híbrido de comércio, cultura e experiência sensorial. O projeto rompe com os modelos tradicionais de varejo, integrando áreas de exposição, passarelas, auditórios e espaços públicos, transformando o ato de consumir em uma vivência cultural, estética e social. Koolhaas propõe uma arquitetura que reflete os valores da marca, mas que, sobretudo, questiona e reinventa o papel dos espaços comerciais na vida urbana contemporânea, criando uma plataforma onde moda, arte e sociedade se encontram e se redefinem (O’NEILL, 2019; ROGERS, 2012)

2.6 A ARQUITETURA E O DESIGN COMO EXPRESSÃO DA CULTURA DA MODA

Tanto a moda quanto a arquitetura podem ser vistas como expressões e sintomas da cultura de uma sociedade em um determinado período histórico. Valéria Brandini argumenta que a moda, especialmente na modernidade do século XIX, é um “discurso” e um “corpus comunicacional” que reflete as transformações socioculturais emergentes da vida urbana. Assim como a arquitetura de



**12º SIMPÓSIO
DE SUSTENTABILIDADE**

**21 - 22 - 23
OUTUBRO - 2025**



uma época revela os valores, as tecnologias e as estruturas sociais daquele contexto, a moda atua como um espelho das mudanças comportamentais, estéticas e sociais.

A relação entre moda e design, conforme apontado por Angelis, citado por Dorotéia Baduy Pires, mostra que ambos estão ligados pelo "mundo do projeto", pelo "impulso do desejo", pelo "mecanismo de sedução e estilo de vida dos usuários". Essa ligação com o design reforça a ideia de que a moda, assim como a arquitetura, é uma forma de projetar e materializar os anseios e a estética de uma sociedade. A arquitetura projeta espaços, a moda projeta identidades.

Buscaremos descrever as manifestações da arquitetura e da moda renascentista tal como se apresentam, explorando o significado cultural inerente a essas expressões. Através de uma análise já existentes sobre o período, procuraremos compreender a essência da relação entre essas formas de expressão e o contexto sociocultural do Renascimento.

2.6.1 Renascimento

A inserção do Renascimento neste ponto da pesquisa se justifica por sua relevância histórica na consolidação dos fundamentos do design, da estética e da representação simbólica, tanto na arquitetura quanto na moda. Este período marca um ponto de inflexão na história ocidental, onde surgem os princípios que articulam proporção, simetria, harmonia e racionalidade — elementos que, ainda hoje, estruturam práticas projetuais no design de espaços e de vestuário. Como afirma Cole (2012), o Renascimento resgatou os cânones da Antiguidade Clássica, promovendo uma visão de mundo centrada no ser humano, no equilíbrio formal e na busca pela beleza idealizada, aspectos que são pilares tanto da arquitetura quanto da moda contemporânea. Portanto, compreender este recorte histórico permite identificar as raízes profundas que ainda sustentam a inter-relação entre forma, função e expressão simbólica, elementos essenciais para a elaboração de espaços comerciais que dialogam com identidade, cultura e experiência sensorial.

A arquitetura e a moda do Renascimento expressam a cultura de seu tempo, caracterizada pela valorização do ideal humanista e pela redescoberta dos princípios da Antiguidade Clássica. Na arquitetura, a busca por proporções harmoniosas e elementos clássicos em palácios e igrejas expressava poder e valorização da beleza. Elementos como colunas, arcos e cúpulas não eram apenas estéticos, mas símbolos de razão, poder e prestígio, expressando os valores da sociedade e das instituições dominantes. (COLE, 2012)



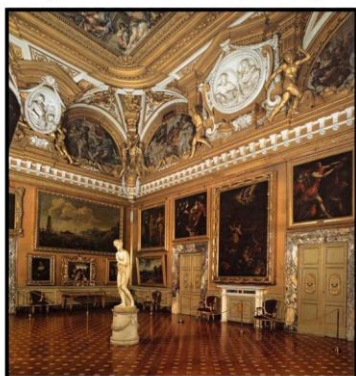
Um exemplo de arquitetura é o Palácio Pitti, em Florença. Originalmente construído para expressar o poder da família Pitti, o edifício incorpora os princípios fundamentais da arquitetura renascentista, como simetria, proporção harmônica e o uso de formas clássicas inspiradas na Roma antiga. Sua fachada imponente com pedra rústica transmite monumentalidade e racionalidade, enquanto a organização dos espaços internos reflete a busca pelo equilíbrio e pela ordem típicos do período. Com o tempo, o palácio tornou-se residência dos Médici, reforçando sua importância simbólica e estética no cenário do Renascimento. (TRACHTENBERG, HYMAN, 2002)

Na moda, o abandono da austeridade medieval as roupas tornaram-se mais ajustadas, realçando a silhueta, um reflexo do ideal de beleza e perfeição física que permeava a arte e o pensamento da época. A indústria têxtil deu um grande salto em desenvolvimento, cidades italianas foram responsáveis pela elaboração de tecidos de primeira qualidade. (BRAGA, 2022)

Um exemplo claro desse conceito é o vestido retratado no famoso retrato de Eleonora de Toledo, pintado por Agnolo Bronzino em 1545. A peça representa com precisão os valores estéticos e simbólicos da moda renascentista na corte dos Médici. Com uma silhueta rígida e simétrica, o vestido destaca-se pelo uso de veludo brocado dourado, mangas ajustadas com detalhes trabalhados e uma composição de ornamentos que expressam refinamento e poder. Mais do que vestuário, o traje funcionava como uma extensão do prestígio da família Médici, revelando status, riqueza e domínio sobre a imagem pública. Cada elemento do traje revela o cuidado com proporção, elegância clássica e hierarquia visual — os mesmos princípios que orientavam a arquitetura palaciana do período renascentista. (PASTOUREAU, 2011)

Ambas as formas de expressão compartilhavam valores como o humanismo, a busca pela beleza idealizada e a influência da antiguidade, sendo testemunhos visíveis da efervescência intelectual e artística do Renascimento. Tanto na arquitetura quanto na moda, se diferenciou do período medieval que a antecedeu, reforçando a ideia de uma ruptura cultural e um novo conjunto de valores.

Figura 07 - Palacio Pitti, Florença



Fonte: For Kelly, Sparkles and Shoes (2025)

Figura 08 - Vestido de Eleonora



Fonte: Galerie Degli Uffizi (2025)

2.7 A ARQUITETURA E A MODA NA ERA DA EXPERIÊNCIA

A Era da Experiência é marcada por uma crescente virtualização das atividades humanas, que dilui as fronteiras entre o mundo real e o virtual, o físico e o digital. Este processo transforma a forma como nos comunicamos, interagimos, trabalhamos, consumimos e nos relacionamos. Não se trata mais de opor o virtual ao real como conceitos distintos, mas sim de reconhecer a crescente ligação entre esses dois mundos, gerando novas complexidades. (SENA, 2023)

Essa dinâmica da Era da Experiência reverbera com força tanto na arquitetura quanto na moda, inaugurando novas perspectivas sobre o mundo. No campo da arquitetura, observa-se uma busca por espaços que transcendam a funcionalidade básica, priorizando a criação de experiências sensoriais ricas e significativas. Conforme apontam Dias e Anjos, a fruição sensorial da arquitetura deve ser capaz de despertar vivências singulares, estimulando a totalidade ou a individualidade dos sentidos. Paralelamente, a moda acompanha essa tendência ao incorporar a virtualização e a digitalização como ferramentas para expandir o universo de experiências do usuário (SABINO, 2016).

Nessa convergência, a arquitetura se inspira na moda para conceber espaços que ecoam a identidade e a sensação de realidade pessoal, promovendo uma integração entre ambientes, indivíduos e suas vivências. Por outro lado, a moda digital potencializa sua capacidade comunicativa, ressaltando o significado simbólico do vestir no ambiente virtual, tanto como forma de interação entre os sujeitos quanto como um reflexo da sociedade (DIAS, 2017).

Nesse contexto, compreender a Era da Experiência torna-se fundamental para a elaboração de espaços comerciais inovadores, onde a arquitetura incorpora valores de sustentabilidade, inclusão e



**12º SIMPÓSIO
DE SUSTENTABILIDADE**

**21 - 22 - 23
OUTUBRO - 2025**



personalização, princípios que a moda contemporânea também busca fortalecer. Essas diretrizes servirão de base para o desenvolvimento do projeto do ateliê, que pretende integrar experiências físicas e sensoriais alinhadas com as tendências atuais de consumo consciente e valorização da identidade do usuário.

No contexto da arquitetura de moda contemporânea, observa-se uma transformação significativa impulsionada pela ascensão das redes sociais, da cultura digital e da realidade aumentada. Os espaços físicos deixam de ser apenas ambientes de consumo e passam a funcionar como verdadeiros palcos de experiências compartilháveis, pensados para serem fotografados, registrados e difundidos instantaneamente nas plataformas digitais. Como destacam Sena (2023) e Petrov (2019), o ambiente comercial contemporâneo incorpora estratégias cenográficas que dialogam com a lógica da imagem, da estética curada e do desejo de pertencimento digital.

A lógica dos chamados espaços instagramáveis não se limita ao apelo visual, mas se articula como uma ferramenta estratégica de marketing experiencial, onde arquitetura, moda e tecnologia convergem para construir narrativas imersivas. Elementos como painéis interativos, instalações sensoriais, projeções em realidade aumentada e design cenográfico são utilizados para transformar a experiência presencial em conteúdo digital, ampliando exponencialmente o alcance simbólico da marca.

Além disso, a realidade aumentada e os provedores virtuais não apenas expandem os limites físicos da loja, mas também reforçam a tendência de hibridização entre os mundos físico e digital, criando experiências que transcendem a materialidade do espaço. Assim, a arquitetura comercial contemporânea torna-se uma extensão das plataformas digitais, atuando não apenas como espaço de venda, mas como um ambiente de construção de identidade, de pertencimento simbólico e de comunicação de valores, tanto no universo físico quanto no virtual.

3. METODOLOGIA

O estudo terá um cunho fenomenológico, que, segundo Mascarenhas (2014, p. 44), busca descrever o característico tal como ele é. Isso não é feito por meio da indução nem da dedução, mas com o auxílio da interpretação. Consiste em expor o que é dado e esclarece esse dado, buscando compreendê-lo por meio da intuição, concentrando-se exclusivamente no público, independentemente de sua natureza real ou fictícia (PRODANOV; FREITAS, 2011, p. 36).



**12º SIMPÓSIO
DE SUSTENTABILIDADE**

**21 - 22 - 23
OUTUBRO - 2025**



Serão utilizadas técnicas de coleta de dados baseadas no método qualitativo, que, segundo Oliveira (2021, p. 12), permite um estudo mais aprofundado do contexto de ocorrência de determinadas características, além de viabilizar a observação de diversos aspectos em uma pequena população de estudo.

Para a resolução do problema de pesquisa, será utilizada uma pesquisa bibliográfica, com o objetivo de embasar-se em materiais já elaborados. Incluindo livros, artigos acadêmicos e publicações relacionadas a ambas as áreas. Serão documentadas as fontes bibliográficas, utilizando uma abordagem analítica para fazer conexões claras e fundamentadas entre os conceitos, teorias e estudos de caso apresentados.

Além disso, será adotado o método comparativo, que se dedica à explicação das preocupações e possibilita a análise de dados concretos, permitindo a dedução de “elementos constantes, abstratos e gerais” (LAKATOS; MARCONI, 2007, p. 107).

4. ANÁLISES E DISCUSSÕES

Amparada pela metodologia qualitativa e fenomenológica, e a partir do levantamento bibliográfico realizado, a presente pesquisa busca compreender o diálogo entre arquitetura e moda como linguagens que, ao mesmo tempo em que refletem o contexto cultural de uma sociedade, também participam ativamente da construção de identidades e experiências espaciais.

Desde os primeiros capítulos, observou-se que a moda e a arquitetura compartilham princípios formais e simbólicos que continuam ao decorrer dos anos. A comparação entre os estilos Rococó, Art Déco e Modernismo Tardio evidenciou que ambas as áreas se transformam em resposta às mudanças sociais e tecnológicas de cada época. No Rococó, a ênfase no ornamento e na teatralidade expressava o poder e o luxo das elites, criando uma estética de exuberância que ainda hoje inspira o design de espaços comerciais voltados ao consumo de luxo. No Art Déco, a geometrização das formas e a busca por simetria traduziram o entusiasmo pela modernidade e pela elegância industrial, enquanto o Modernismo Tardio consolidou a estética da simplicidade e da função, transformando o espaço e o vestuário em meios de expressão racional e sensorial ao mesmo tempo.

A análise comparativa desses períodos históricos demonstrou que tanto na arquitetura quanto na moda há um movimento contínuo entre excesso e essencialidade, ornamento e função. Essa oscilação reflete a própria dinâmica cultural da modernidade, em que o estético e o simbólico



**12º SIMPÓSIO
DE SUSTENTABILIDADE**

**21 - 22 - 23
OUTUBRO - 2025**



coexistem com a necessidade de funcionalidade e conforto. Assim, compreender a evolução desses estilos permite reconhecer como os espaços comerciais contemporâneos de moda retomam elementos do passado para criar novas experiências estéticas e emocionais.

Essa trajetória histórica revela um processo de amadurecimento estético e conceitual que prepara o terreno para a arquitetura e a moda contemporâneas. À medida que os valores sociais e culturais se transformam, essas linguagens passam a priorizar não apenas a forma, mas a experiência que ela proporciona. O foco desloca-se do objeto para o sujeito: o usuário torna-se parte essencial da composição, e o espaço, antes pensado como cenário, converte-se em meio de expressão sensorial e simbólica. Essa transição marca o ponto de encontro entre o funcional e o emocional, o material e o imaterial — aspectos que fundamentam o surgimento da chamada “era da experiência”.

Por fim, observa-se que na sociedade contemporânea — marcada pela “era da experiência” — a integração entre arquitetura e moda ganha novas camadas de sentido. Os espaços de consumo são projetados para gerar vivências imersivas, articulando estética, identidade e tecnologia. A arquitetura deixa de ser apenas suporte físico para se converter em linguagem simbólica, capaz de traduzir valores culturais e consolidar experiências sensoriais e afetivas. Assim, o diálogo entre moda e arquitetura não apenas constrói cenários de consumo, mas também configura novas formas de habitar, perceber e se expressar no mundo.

As análises históricas, formais e simbólicas realizadas permitem compreender como diferentes períodos e expressões estéticas moldaram a forma de pensar e habitar os espaços, oferecendo subsídios concretos para a criação de um ateliê integrado que reflita esses valores na contemporaneidade. Assim, o conhecimento construído por meio da revisão bibliográfica orienta não apenas as decisões compositivas e funcionais do projeto, mas também sua dimensão simbólica e experiencial, assegurando que o resultado arquitetônico traduza em espaço os conceitos investigados ao longo desta pesquisa.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa abordou a relação entre arquitetura e moda na criação de espaços comerciais inovadores, com foco na experiência sensorial, na identidade da marca e na construção simbólica do ambiente. A partir da hipótese de que ambas atuam como marcadores sociais ao refletirem valores e



aspirações de cada época, influenciando comportamentos e estilos de vida, o estudo confirmou sua validade por meio da análise de referências teóricas e projetos aplicados.

A análise histórica dos estilos demonstrou que moda e arquitetura compartilham não apenas princípios formais mas também simbolismos culturais, operando como meios de expressão coletiva. Do mesmo modo, a investigação sobre a experiência espacial e o impacto social da arquitetura evidenciou como os espaços físicos de moda podem atuar como cenários de construção de identidade e pertencimento, especialmente no mercado de luxo.

Também foram analisadas obras correlatas que contribuíram para o embasamento conceitual do estudo, fornecendo referências em termos de forma, estética e estrutura. Essas análises permitiram estabelecer diretrizes projetuais coerentes com o tema, reforçando a conexão entre os valores simbólicos da moda e a materialidade da arquitetura.

Conclui-se que a integração estratégica entre moda e arquitetura é essencial para a criação de ambientes comerciais mais expressivos, que ultrapassam a simples função de venda e se tornam plataformas de vivência cultural, estética e sensorial.

Diante dos resultados obtidos até o momento, os próximos passos da pesquisa consistem na transposição dos conceitos teóricos e das diretrizes projetuais para o desenvolvimento dos desenhos técnicos e dos estudos volumétricos, que irão materializar espacialmente as intenções conceituais aqui delineadas. Esse processo incluirá a elaboração do anteprojeto arquitetônico, com definição de plantas, cortes, fachadas e perspectivas, bem como o detalhamento executivo que abrange escolhas de materiais, sistemas construtivos e soluções técnicas alinhadas aos conceitos de identidade, experiência sensorial e funcionalidade.



**12º SIMPÓSIO
DE SUSTENTABILIDADE**

**21 - 22 - 23
OUTUBRO - 2025**



REFERÊNCIAS

AMADO, G. **O atelier musealizado**: três casos de estudo [Brancusi, Schwitters, bruscky]. Universidade do porto, 2015.

ARAÚJO, João Gabriel F. B. de; MIRANDA, Clara Luiza. **O espaço da moda**: primeira casa ou segunda pele. Revista Ciclos, Florianópolis, v. 1, n. 2, p. 158-173, mar. 2014.

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2005 (ou 2001, dependendo da edição utilizada)

BELLINI, Lilian. **A moda como elemento caracterizador de uma identidade local**: uma análise da relação entre moda, cultura e arquitetura na cidade de Maringá. 2013. 86 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Arquitetura e Urbanismo) – Universidade Estadual de Maringá, Maringá, 2013.

BRAGA, João. **História da moda**: uma narrativa. São Paulo: Senac São Paulo, 2022.

BRANDINI, Valéria. **Moda, Cultura do Consumo e Modernidade no século XIX**. Signos do Consumo, São Paulo, 2009.

BRONZINO, Agnolo. *Retrato de Eleonora de Toledo com seu filho Giovanni*. c. 1545. Óleo sobre tela.

BRUN, Aurélie. *Le salon ovale du prince de Soubise: archétype du style rocaille*. Presses universitaires du Septentrion, 2018. p. 75-88.

CANTISTA, Isabel. **Espaços de moda geográficos, físicos e virtuais**. Lisboa : Actual Editora. 2016. ISBN: 9789896941567

COLE, Emily. **História ilustrada da Arquitetura**. São Paulo: Publifolha, 2012.

COLIN, Silvio. **Uma introdução à arquitetura**. Rio de Janeiro: Jaguaririca, 2020.

DIAS, A. de S.; ANJOS, M. F. **Projetar sentidos**: a arquitetura e a manifestação sensorial. 5º simpósio de sustentabilidade e contemporaneidade nas ciências sociais, Centro Universitário FAG, 21, 22 e 23 de junho de 2017.

FLASCHIP, Máira Aparecida. **Moda e arquitetura**: análise comparativa entre os elementos formais e compositivos das criações de Iris Van Herpen e Zaha Hadid. Universidade Estadual de Maringá, 2019.

GUIMARÃES, Maria E. A.. **Moda, cultura e identidades**. IV ENECULT – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, Salvador-BA, 28 a 30 de maio de 2008. Faculdade de Comunicação/UFBa.



**12º SIMPÓSIO
DE SUSTENTABILIDADE**

**21 - 22 - 23
OUTUBRO - 2025**



LIMA, Laura Ferrazza. **A moda do século XVIII e sua relação com a arte Rococó na França.** In: *Anais do 8º Colóquio de Moda*. Curitiba, 2012.

LIPOVETSKY, Gilles. **Design de moda: uma nova cultura.** Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo, 2015.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas.** São Paulo: Companhia de Bolso, 2009

MASCARENHAS, Sidnei Augusto (org.). **Metodologia científica.** 1. ed. São Paulo, SP: Pearson, 2017.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia Científica.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

OLIVEIRA, Ana Paula Weinfurter Lima Coimbra de. **Metodologia científica.** 1. ed. São Paulo: Contentus, 2021. E-book.

O'NEILL, M. **Retail Design and Consumer Behavior: The Role of Architecture in Fashion Retailing.** 2019

PASTOUREAU, Michel. **O traje e a moda: uma história cultural.** Tradução de Maria Lucia Machado. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.

PETROV, Julia. **Fashion, History, Museums: Inventing the Display of Dress.** Londres: Bloomsbury Visual Arts, 2019.

PRODANOV, Cleber C.; FREITAS, Ernani C. **Metodologia Científica.** Novo Hamburgo, RS. 2013

ROGERS, Richard; GUMUCHDJIAN, Philip. **Tudo sobre arquitetura.** São Paulo: Publifolha, 2014.

RODRIGUES, Luciana Basso. **Arquitetura e Moda: Caminhos cruzados, intersecções possíveis.** 2012. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) – Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2012.

SERRA, Leticia Maria Santos. **A relação intrínseca entre arquitetura e moda: o traço do estilo.** São Luís, 2023.

SOUZA, Patrícia de Mello. **Moda e arquitetura: relações que delineia m espaços habitáveis.** 2014.

TRACHTENBERG, Marvin; HYMAN, Isabelle. **Architecture: From Prehistory to Postmodernity.** 2. ed. Upper Saddle River: Prentice Hall, 2002.