UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE ARTES E DESIGN
ESPECIALIZAÇÃO EM MODA, CULTURA DE MODA E ARTE

Thereza de Paula Rebouças

GLÓRIA COELHO

Juiz de Fora
2011

Thereza de Paula Rebouças

GLÓRIA COELHO

Monografia apresentada ao Instituto de Artes e Design da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial para a obtenção do título de Especialista em Moda, Cultura de Moda e Arte.

Orientadora: Profª. Draª. Isabela Monken Velloso

Juiz de Fora

2011

Rebouças, Thereza de Paula.
Glória Coelho / Thereza de Paula Rebouças – 2011.
41 f. : il.

Orientadora: Profª. Drª. Isabela Monken Velloso

Monografia (Especialização em Moda, Cultura de Moda e Arte) – Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2011.

1. Moda. 2. Arquitetura. 3. Arte. 4. Cultura. I. Velloso, Isabela Monken. II. Título.

CDU 391

Thereza de Paula Rebouças

GLÓRIA COELHO

Monografia apresentada ao Instituto de Artes e Design da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial para a obtenção do título de Especialista em Moda, Cultura de Moda e Arte.

BANCA EXAMINADORA

Isabela Monken Velloso – UFJF (orientadora)

Priscilla Danielle Gonçalves de Paula – UFJF

Edna Rezende Silveira de Alcântara – UFJF

Examinado em: ___/___/_____.

Às minhas queridas avós e
à elegância perdida dos anos 1950.

RESUMO

O trabalho a seguir trata de um estudo sobre a estilista brasileira Glória Coelho e seu processo de criação. A proposta é criar uma fonte de pesquisa uma vez que ainda é precária, principalmente em relação à Moda no Brasil. Para o desenvolvimento foi analisada a história da marca Glória Coelho, desde o início com a abertura do primeiro showroom até hoje, a fim de entender o seu processo criativo e cultura poiética desde a concepção, produção e significados ao planejamento das coleções, buscando, assim, desvendar esse processo: a transformação de uma ideia abstrata em um objeto palpável/ vestível, um estilo, um a marca e mais, um objeto de desejo. A intenção é aproveitar todo o conhecimento adquirido anteriormente (ao cursar a faculdade de Arquitetura e Urbanismo), para estudar o caso de Glória, que apesar de ter abandonado a faculdade de Arquitetura mesmo antes de começar faz notável a influência dessa área em suas criações. Foi necessário pesquisar sobre Arquitetura e Moda, as interfaces e casos de diálogos efetivos entre as duas áreas. O estudo é concluído com a análise de uma coleção específica, cuja inspiração principal é a Arquitetura contemporânea, uma das principais características de criação da estilista.

Palavras-chave: Moda. Arquitetura. Arte. História.

ABSTRACT

The following work is a study of Brazilian designer Glória Coelho and her creative process. The proposal is to create a source of research since it is still precarious, especially about Fashion in Brazil. For the development it was analyzed the history of the brand Glória Coelho, from the beginning with the opening of the first showroom until today in order to understand her creative process from design, production planning and meanings of the collections, searching and unravel this process: the transformation of an abstract idea into a tangible object / wearable, a style, a brand and more an object of desire. The intention is to harness all the knowledge acquired previously (as attended college of Architecture and Urbanism), to study the case of Glória, who despite having dropped out of architecture even before the start of the course makes remarkable the influence of this area in her creations. It was necessary to research Fashion and Architecture, interfaces and instances of effective dialogue between the two areas. The study concludes with an analysis of a specific collection, whose main inspiration is the contemporary architecture, one of the main features of the building designer.

Keywords: Fashion. Architecture. Art. History.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 07

2 MODA E ARQUITETURA 10
2.1 DEFINIÇÃO DE CONCEITOS 10
2.2 INTERFACES ENTRE AS DUAS ÁREAS 13
2.3 DIÁLOGOS EFETIVOS 13

3 GLÓRIA COELHO 18
3.1 HISTÓRIA DA MARCA 18
3.2 CARACTERÍSTICAS ESTILÍSTICAS E CONCEITUAIS 20
3.3 A MARCA NO MERCADO E NA CULTURA 23

4 ARQUITETURA EM GLÓRIA COELHO 26
4.1 ARQUITETOS ESCOLHIDOS 26
4.2 REFLEXÃO SOBRE UMA COLEÇÃO ESPECÍFICA 28
4.3 ANÁLISE LIVRE DE UM VESTÍVEL 33

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS 38

REFERÊNCIAS 40

1 INTRODUÇÃO

“Um costureiro tem de ser um pouco arquiteto.” Cristóbal Balenciaga, 1955.

A Moda possui múltiplos sentidos e “contamina” diversas áreas como se pode observar na esfera social: nas relações dos indivíduos, no julgamento e emissão de valor, nos protocolos e cerimoniais, na constituição dos grupos, no comportamento de consumo, na própria constituição do mercado, no império das marcas e logicamente na comunicação e mídia em geral. No âmbito individual não se pode negligenciar o fato de que, voluntariamente ou não, a Moda é participante vital na relação que se estabelece com manipulação e comunicação, não somente ao que se refere à aparência física, mas principalmente na formação e expressão da personalidade com a estética.

A história do vestuário nacional confunde-se com a própria memória da vida privada do país. Afinal, as roupas fazem parte dos costumes e da cultura, e o estilo é o reflexo de uma época.

Hoje, a Moda brasileira consagra-se como um grande negócio, reconhecido internacionalmente, o setor é considerado pelo Ministério da Cultura como uma expressão da diversidade cultural do país e detentora de grande potencial econômico.

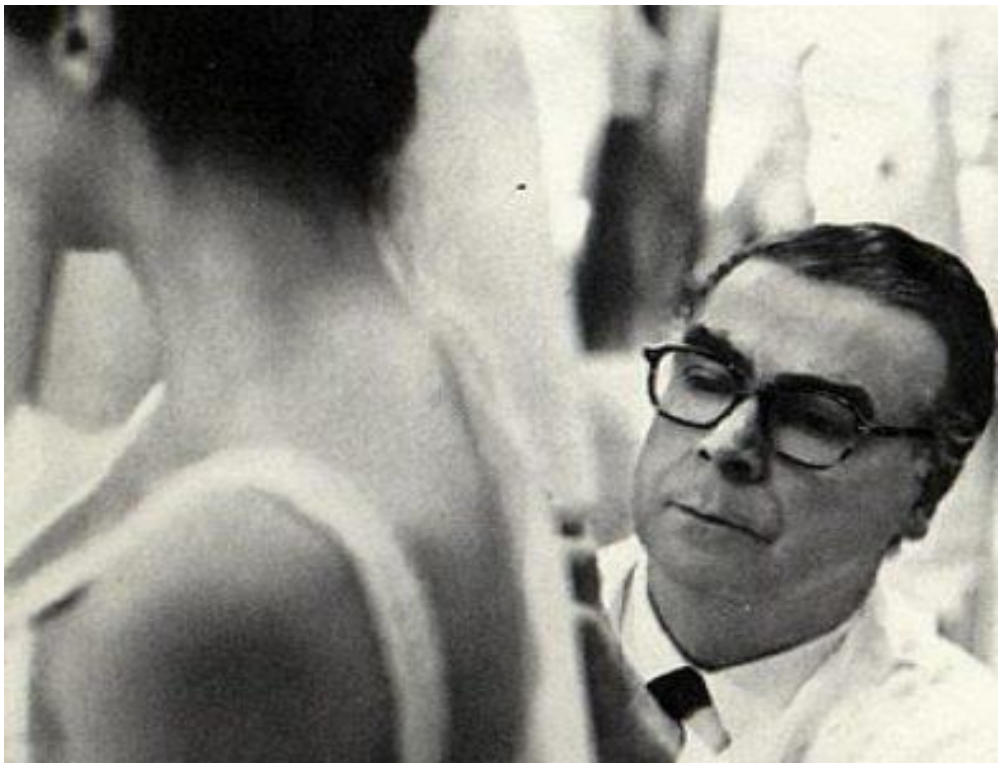
No Brasil, não há como falar de Moda sem falar de Glória Coelho. A estilista, com mais de 30 anos de carreira, teve reconhecimento internacional justamente por sua característica de fazer Moda autoral no país. Uma mente brilhante e criativa que está sempre recorrendo à Arquitetura como fonte de inspiração ao desenvolver suas coleções, sendo este o motivo dessa pesquisa.

A intenção é aproveitar todo o conhecimento adquirido anteriormente (ao cursar a faculdade de Arquitetura e Urbanismo), para analisar o estilo da marca de Glória, que apesar de ter abandonado a faculdade de Arquitetura mesmo antes de começar faz notável a influência dessa área em suas criações.

Cabe aqui um pequeno parênteses sobre o estilista espanhol Cristóbal Balenciaga, citado acima, considerado um dos mestres da Alta Costura do século

XX e o grande “arquiteto da Moda”. Além de ter se inspirado na Arquitetura, Balenciaga criou várias silhuetas diferentes para a mulher com uma solidez de linhas clássicas atingindo uma perfeição nas proporções em suas criações que mais pareciam ter sido construídas como edificações arquitetônicas do que meramente costuradas como uma vestimenta qualquer.

Imagem 01: Cristóbal Balenciaga.



Fonte: Blog Fashion Spam.

Voltando à Glória Coelho, que já se inspirou em Balenciaga para criar a coleção de Verão de 1999 “Poema Virtual”, a estilista que está na linha de frente do *prêt-à-porter* de luxo no país (integrante da ABEST - Associação Brasileira de Estilistas), recentemente foi eleita pela Revista *Wallpaper* como a “Grande Dama da Moda Brasileira”, além de ter recebido, inclusive, o **Prêmio Moda Brasil** como Melhor Estilista – Moda Feminina.

O objetivo do estudo, além de servir no futuro como fonte de pesquisa e inspiração pessoal, é aprender com o exemplo da estilista como criar, não só Moda, mas uma identidade de criação. Para se criar Moda é fundamental e necessário saber ler e interpretar seus fenômenos. Deve-se entender o processo criativo e

cultura *poiética* desde a concepção, produção e significados ao planejamento das coleções, no caso, da estilista Glória Coelho.

Assim, busca-se desvendar esse processo: a transformação de uma ideia abstrata em um objeto palpável/ vestível, um estilo, uma marca e mais, um objeto de desejo.

Ainda existe pouca fonte de pesquisa de Moda, principalmente em relação à área no Brasil. Espera-se então que o estudo venha a acrescentar nesse sentido, uma vez que não há como separar a história da Moda no país da história da estilista Glória Coelho, que contribui até hoje tanto na área acadêmica, ministrando cursos e palestras, quanto na área tecnológica, desenvolvendo novos tecidos, além das parcerias inusitadas com empresas como a de eletrodomésticos, a Electrolux, por exemplo.

Os capítulos seguintes mostram o processo da marca da estilista mineira sob influência da Arte e Arquitetura, que segue o conceito que a acompanha ao longo da carreira: vestir mulheres sofisticadas e “antenadas” com o mundo.

Para embasamento da pesquisa há uma breve definição dos conceitos de Moda e Arquitetura, as interfaces entre as duas áreas e alguns casos de entradas efetivas mostrando na prática como é possível o diálogo entre elas, como um estilista pode se inspirar em um edifício para criar um estilo, assim como um arquiteto pode inspirar-se na Moda para fazer um projeto em um espaço tridimensional, por exemplo.

O sucesso de Glória Coelho pode ser entendido através de sua história, uma vez que sua marca conseguiu o destaque que tem hoje no mercado e na cultura devido à anos de árduo trabalho e pesquisa intensa, atingindo uma maturidade de características estilísticas e conceituais ao criar tornando-a única, autoral.

Como citado anteriormente, uma das principais características estilísticas que torna o trabalho de Glória autoral é sua inspiração na Arquitetura. E esse processo é analisado ao fim do estudo costurando os conceitos e exemplos pesquisados com o mapeamento dos arquitetos escolhidos pela estilista e a reflexão sobre uma coleção específica e análise livre de um vestível dessa mesma coleção, no caso a desfilada em Junho de 2009 na São Paulo Fashion Week: Universo (Primavera/Verão 2009/2010), que teve como principal inspiração as curvas de Frank Gehry e seus museus Guggenheim.

2 MODA E ARQUITETURA

2.1 DEFINIÇÃO DE CONCEITOS

Ao falar sobre a criação de Moda inspirada em Arquitetura é necessário primeiramente definir os conceitos em questão para que a análise seja bem embasada.

São muitas as semelhanças entre as duas áreas, mas a principal é a convergência para o mesmo foco: abrigar o indivíduo, ou seja, tanto a casa quanto a roupa possuem significações psicológicas de caráter essencialmente protetor de abrigo, ao mesmo tempo em que buscam o equilíbrio entre a estética, a funcionalidade e o conforto.

A Moda desde que surgiu é um dos temas atuais mais discutidos, uma vez que cresce atingindo todas as classes sociais, ela é diretamente influenciada por todos os aspectos e acontecimentos sociais e históricos. Mostrando assim que Moda é um meio de inclusão social, fazendo afirmação do poder econômico e contextualização ambiental.

Moda, modo, maneira – pode ser o modo de ser e viver de uma pessoa ou a maneira de se vestir de outra, aliás, o significado de “estar na Moda” é se vestir de acordo com um padrão vigente ou ainda, vestir as mesmas roupas que outras pessoas estão vestindo, contudo também pode estar relacionado com outras áreas como a do turismo, da Arquitetura, da gastronomia e da cultura em geral.

A Moda é capaz de transmitir códigos não-verbais de comportamento e linguagem, ou seja, a roupa que uma pessoa usa pode indicar quais são suas intenções, ideologias, desejos e sentimentos.

Sempre com um determinado tempo de duração (sazonalidade), historicamente surgiu no fim da Idade Média e início da Idade Moderna, quando era necessária uma mudança na vestimenta por causa da necessidade que as pessoas

tinham de se diferenciarem umas das outras (a realeza de seus súditos, por exemplo – uma diferenciação de classes através da Moda).

O objetivo é a reinvenção a mudança sempre um desafio para quem cria a Moda, que busca inspiração em todos os lugares, desde nas diversas formas de expressão cultural até em simples fatos do cotidiano.

No Brasil, com o desenvolvimento tecnológico, sobretudo nos meios de comunicação e pela internacionalização dos processos culturais e dos movimentos sociais, a Moda evoluiu até chegar no que conhecemos hoje com grandes nomes como Alexandre Herchcovitch, Ronaldo Fraga e Glória Coelho, por exemplo, reconhecidos internacionalmente.

A Moda no Brasil é atualmente, bem conceituada no mundo todo. Sempre fomos conhecidos por nossa criatividade. Hoje, aliamos criatividade e qualidade com graça e originalidade capaz de competir junto ao mercado internacional. Os eventos de Moda se propagam por todo país, os cursos e faculdades de Moda ganharam mais força, pois é uma profissão respeitada e cada vez mais, uma opção real para as mais variadas pessoas.

Enfim, a Moda é muito mais do que aquilo que vemos nos desfiles, por evolver vários setores industriais, desde fabricação do tecido até a comercialização do produto gerando milhões de empregos e movimentando a economia mundial.

Moda assemelha-se a Arquitetura nos conceitos que dão origem às concepções em que quase tudo é tridimensionalmente concebido, a partir de um desenho bidimensional, pode-se entender que os profissionais dessas áreas partem de conceitos idênticos para desenvolver estudos sobre as mesmas questões: a espacialidade, a ergonomia, a forma, a funcionalidade, o estilo, os elementos de adorno, as técnicas construtivas.

A Arquitetura como produto de expressão cultural e artística sugere estilos para a concepção dos produtos de Moda.

> […] a arquitetura é uma missão que exige a vocação de seus servos; que, voltada para o bem da moradia (e da morada, que depois de abrigar os homens, abriga o trabalho, as coisas, as instituições, os pensamentos), a arquitetura é um ato de amor e não uma representação. (CORBUSIER, 2006, p. 32-33).

De acordo com Lúcio Costa (1995):

> Arquitetura é construção, mas, construção concebida com o propósito primordial de ordenar e organizar o espaço para determinada finalidade e visando a determinada intenção. E nesse processo fundamental de ordenar e expressar-se ela se revela igualmente e não deve se confundir com arte plástica, porquanto nos inumeráveis problemas com que se defronta o arquiteto, desde a germinação do projeto, até a conclusão efetiva da obra, há sempre, para cada caso específico, certa margem final de opção entre os limites - máximo e mínimo - determinados pelo cálculo, preconizados pela técnica, condicionados pelo meio, reclamados pela função ou impostos pelo programa, - cabendo então ao sentimento individual do arquiteto, no que ele tem de artista, portanto, escolher na escala dos valores contidos entre dois valores extremos, a forma plástica apropriada a cada pormenor em função da unidade última da obra idealizada. A intenção plástica que semelhante escolha subentende é precisamente o que distingue a Arquitetura da simples construção.

Esta definição é entendida como um consenso, pois ela resume praticamente toda uma metade de século de pensamento arquitetônico: a visão de Lúcio Costa sintetiza as várias teorias propostas por arquitetos pertencentes ao movimento da Arquitetura Moderna. Dado que o moderno procurou se colocar não como mais um entre vários estilos arquitetônicos, mas também englobando toda a Arquitetura produzida antes dela, já que manifesta claramente que ela surge de um programa, incorporando as variáveis sociais, culturais, econômicas e artísticas do momento histórico. Na medida em que os momentos históricos são heterogêneos, a definição moderna da Arquitetura não ilegítima nenhuma outra manifestação histórica, mas ativamente combate a cópia de outros momentos históricos no momento contemporâneo assim como na Moda.

Para Bruno Zevi na Arquitetura cada edifício caracteriza-se por uma pluralidade de valores: econômicos, sociais, técnicos, funcionais, artísticos, espaciais e decorativos. Mas a realidade do edifício é consequência de todos esses fatores, e uma história válida não pode esquecer nenhum deles. Mesmo prescindindo dos fatores econômicos, sociais e técnicos, e fixando a atenção nos valores artísticos, é claro que o espaço em si, apesar de ser o substantivo da Arquitetura, não é suficiente para defini-la.

Se pensarmos um pouco a respeito, o fato de o espaço, o vazio, ser o protagonista da Arquitetura é, no fundo natural, porque a mesma não é apenas arte nem só imagem da vida histórica ou de vida vivida por nós e pelos outros; é também, e sobretudo, o ambiente, a cena onde vivemos a nossa vida.

2.2 INTERFACES ENTRE AS DUAS ÁREAS

A relação Moda e Arquitetura sempre existiu. No século passado, diversos movimentos estreitaram ainda mais a parceria entre esses dois mundos. Tanto a Moda quanto a Arquitetura tem o mesmo papel de expressar o espírito ou vontades de determinada época. As duas trabalham com volume, estrutura, sombras, transparência, cortes e recortes. Protegem e abrigam corpos. A Moda além de interferir e se inserir diretamente na Arquitetura, pode dela se inspirar. Assim como a Arquitetura vai de encontro a Moda, as tendências e o que está acontecendo no mundo de uma maneira geral.

A Moda e a Arquitetura nos protegem, nos dão abrigo e expressam nossa identidade pessoal, política, religiosa e cultural. Os materiais são como instrumentos da Arquitetura que, assim como a Moda, criam a forma, a escultura. Às vezes sutilmente esculpidas em tecido, mas tecnológica e inovadora como as formas dos edifícios. Assim como um estilista desenvolve uma coleção ele escolhe evidenciar aspectos do corpo, criando volumes e texturas. O arquiteto também pode apresentar objetos dessa maneira ao desenvolver seus projetos.

Assim como a casa, a roupa tem uma constituição de habitáculo, de lar onde o corpo se abriga. E essa é uma ideia discutida pelo engenheiro de estruturas Yopanan Rebello. “A roupa pode ser vista, em primeira instância, como o abrigo imediato, mais próximo da pele humana do que qualquer outro elemento que a Arquitetura possa conceber. Uma espécie de Arquitetura primeira, abrigo que se descola da pele do homem e se projeta ampliando sua ocupação", diz ele em texto para a "revista AU" (Arquitetura e Urbanismo).

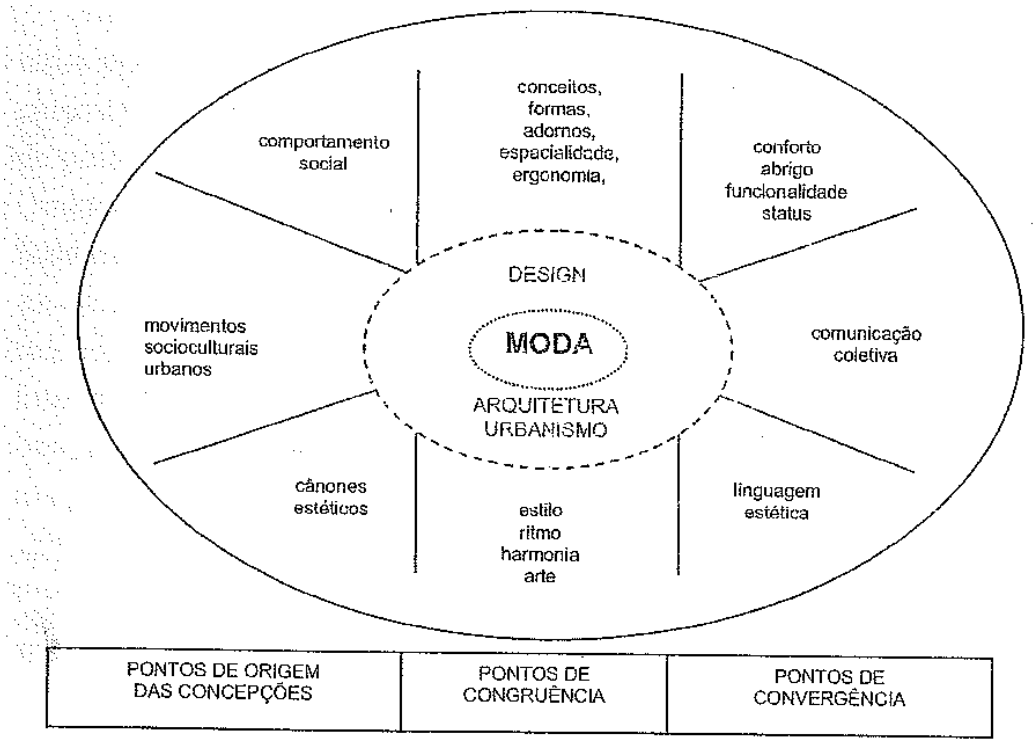
A Moda e a Arquitetura têm o mesmo papel de expressar o espírito ou as vontades de uma determinada época, só que em matérias e formas diferentes. Assim como os projetos de edificação, as estruturas das peças de roupa são calculadas e passam por um trabalho de construção frente a um determinado material que pode resultar em um desenho desejável e possível.

A Moda na arte diz respeito ao fato de que a arte sempre expôs as vestimentas de um dado período histórico através dos métodos tradicionais de representação: pinturas, afrescos, gravuras e esculturas. É facilmente observável a referência a obras de arte em inúmeros objetos de Moda, principalmente nas coleções de grandes criadores como Yves Saint-Laurent, Christian Dior e Jean Paul

Gautier, por exemplo. Isto comprova o fato de que a Moda busca na arte inspiração para suas criações. E de forma mais notável na estamparia de tecidos que recriam imagens retiradas de obras de grandes artistas como Mondrian, Kandinsky, ou então, traduzem a essência de movimentos artísticos como foi o caso da Op-Art.

Artistas, arquitetos, urbanistas resolvem problemas comuns aos dos produtos de Moda como o equilíbrio, os volumes, as linhas, as cores e os ritmos, para então chegarem a uma forma que é a medida do espaço, único elemento que se deve considerar na obra de arte.

Imagem 02: Interferências entre o Design, a Moda, a Arquitetura e o Urbanismo.



Fonte: MELLO, 2008.

É interessante citar dois exemplos dados por Adolfo (2003), que comprovam associação entre Moda e Arquitetura na contemporaneidade. Trata-se de peças que foram concebidas para servir às duas áreas em concomitância. A primeira delas é o “casaco lounge chair” de uma coleção de Moreno Ferrari, confeccionada em PVC, que depois de inflada transforma-se em uma confortável poltrona. O outro diz respeito a peças da coleção Primavera/Verão do ano 2000 de Hussein Chalayan (arquiteto e designer de Moda conhecido por utilizar tecnologia e design como

agentes adequadores do indivíduo aos espaços ao desenhar peças para o vestuário que tratam o corpo sob o ponto de vista tecnológico, mudando de forma de acordo com o momento) para a semana de Moda de Londres, onde mesas de madeira adaptavam-se ao corpo como peças do vestuário feminino.

Imagem 03: Desfile da coleção Primavera/Verão 2000 de Hussein Chalayan.

Fonte: Site Risage.

2.3 DIÁLOGOS EFETIVOS

Já não é mais novidade a relação íntima entre Moda e Arquitetura. O assunto até virou tema de uma exposição chamada “Skin + Bones, Parallel Practices in Fashion and Architecture”, na Embankment Galleries - Somerest House em Londres no ano de 2008, que explorou criações de estilistas, incluindo Martin Margiela, Hussein Chalayan, Alexander McQueen**,** Vivienne Westwood**,** Comme des Garçons e Yohji Yamamoto, que se inspiraram em projetos de arquitetos renomados como Frank Gehry e Zaha Hadid desde 1980 até o presente, mostrando que as duas

áreas só vêm se estreitando mais e ganhando destaque em função dessas parcerias e inspirações.

No começo do século XX, o período conhecido como Belle Époque teve o *Art Nouveau* como um estilo estético essencialmente de Design e Arquitetura que valorizava os ornamentos, as cores vivas e as curvas sinuosas baseadas nas formas elegantes da natureza (plantas e animais) e das mulheres, influenciando o mundo das artes plásticas, inclusive a Moda.

Nos anos 20, as linhas sinuosas da *Art Nouveau* foram substituídas pela geometria da *Art Déco*, que também ecoou tanto na Arquitetura, como na Moda, com os vestidos retos, sem marcar o corpo, com as cinturas baixas e motivos geométricos.

Estudos geométricos, estruturais e mecânicos, comuns à Arquitetura, foram empregados no desenvolvimento das armações a coudes (tubulares), usadas para dar volume às crinolinas e às tournures. Essas novas estruturas, conhecidas como “anquinhas científicas”, devolveram o movimento às mulheres. Até então, as roupas eram modeladas no corpo, assim como a Arquitetura por algum tempo foi projetada sobre o solo.

Além disso, podemos dizer que assim como a Moda propicia a imagem do poder aos indivíduos, os monumentos arquitetônicos e os traçados urbanos ordenados dotam as cidades de uma imagem de poder, contidos na imponência de um design único, linguagem de representação universal, capaz de informar sobre a história e simbolizar a cultura. Também é o reflexo de um tempo, expressando uma cultura, por meio do design, da Arquitetura e do urbanismo, ou ainda, da sociedade e da arte.

Em relação à Glória Coelho e ao estudo que segue em si, é pertinente aqui ressaltar uma das principais características da marca de sempre recorrer à Arquitetura como fonte de inspiração. O *look* Moda/Arquitetura que mais chamou atenção foi o vestido da coleção Universo (Primavera/Verão 2009/2010) da estilista Glória Coelho, cuja silhueta lembra o design do museu Guggenheim de Frank Gehry. Suas formas inovam, revelando uma preocupação além do formal, pois suas peças multiformes e modulares buscam uma qualidade funcional.

Ainda dentro da temática Arquitetura, Glória vai além e inova em fazer parceria com a Electrolux, uma vez que hoje os eletrodomésticos têm também

função decorativa dentro de um ambiente ganhando destaque no mercado de consumo.

Em 2008, o aspirador Ergorápido fez parte integrante da coleção da estilista, em 2009, a empresa fez uma exposição da linha de ferros Confidence no lounge de um desfile na São Paulo Fashion Week e em 2010, Glória usou o logo da marca de eletrodomésticos para elaborar criações especiais em sua coleção Primavera/Verão chamada de “Sistema & Símbolo”, que misturou vários sistemas como: o sistema de listras, o sistema dos anos 1960, o sistema biológico das plantas, o sistema do sol e o sistema dos cristais com o símbolo da Electrolux.

Imagem 04: Desfile da coleção “Sistema & Símbolo” de Glória Coelho Primavera/Verão 2010 que contou com peças inspiradas no símbolo da marca de eletrodomésticos, Electrolux.

Fonte: Site FFW.

3 GLÓRIA COELHO

3.1 HISTÓRIA DA MARCA

> “Comecei aos seis anos quando ganhei uma caixinha de costura e não conseguia dormir. Com 11 anos fiquei muito feliz. Eram os anos 60, a boca das calças começou a alargar e senti que queria fazer Moda! Aos 15 anos eu desenhava a roupa de todas as minhas amigas.” *Glória Coelho*

A história da marca se mistura com a história da Moda brasileira em si e com a própria vida da estilista. Ligada à arte desde a infância, sempre gostou de pintar quadros, escrever poemas e fazer roupas para as amigas. Acabou indo estudar em um instituto de arte e decoração, partindo depois para a França.

Em Paris, cursou o Studio Berçot e, em 1974, de volta ao Brasil, lançou a primeira coleção. Abre um *showroom* no edifício Torremolinos, na Rua Hungria, em São Paulo. Com o apoio da família, abre uma pequena confecção em parceria com a irmã para vender roupas no atacado. Inaugura a marca G. No inicio, a confecção fazia um prêt-à-porter chique e bem comportado, para a mulher tradicional. Era uma empresa estável, com uma equipe completa, constituída de modelistas, pilotistas e costureiras de confiança.

Em 1981, sua primeira loja de varejo na rua Dr. Mario Ferraz, em São Paulo e amplia sua linha de produtos criando acessórios: calçados, bolsas, cintos e bijuteria. Sete anos depois abre loja no shopping Iguatemi, onde, desfila sua coleção de inverno.

No ano de 1993, Glória inaugura sua loja no Espaço Fashion do Morumbi Shopping. Dois anos após (1995), lança sua segunda etiqueta, Carlota Joakina, desenvolvida para atender especialmente adolescentes e mulheres jovens. A marca já esteve nas mãos da estilista Carla Fincato e de seu filho Pedro Lourenço, e hoje é

assinada por Rodolfo Murilo. Os produtos são distribuídos em 70 pontos-de-venda no Brasil e exportados para Portugal e Japão.

Na década de 2000, começa a usar o nome G para Glória Coelho, com a intenção de facilitar o processo de internacionalização da marca. Faz seu primeiro showroom em Paris. Em 2002 vende suas peças, pela primeira vez, para lojas do Japão. Daí então passa a Integrar a ABEST (Associação Brasileira de Estilistas). Em março de 2004, faz exposição com as peças de sua última coleção de inverno, em Portugal, como parte do evento Moda Lisboa. Em junho desfila na passarela Gaudí, a semana de Moda oficial de Barcelona, onde apresenta trinta *looks* inspirados em armaduras. Inicia parceria com a marca farmacêutica EMS Pharma e com a marca de Eletrodomésticos Electrolux.

No ano de 2009, Glória recebe o Prêmio Moda Brasil como Melhor Estilista de Moda Feminina; é eleita pela revista norte-americana Wallpaper como a Grande Dama da Moda Brasileira. Cria em 2010 uma Coleção especial para a loja de departamentos C&A que lhe rendeu uma participação especial na novela Passione da Rede Globo e recebe o Prêmio da Revista Época São Paulo como melhor estilista 2010/2011.

Imagem 05: Reportagem da revista *Wallpaper* que cita Glória Coelho como uma grande estilista brasileira ao lado do Museu de Arte Contemporânea Inhotim, em Minas Gerais.

Fonte: Blog Glória Coelho.

No presente ano (2011) a estilista resolveu abrir seu acervo e levar seus últimos 20 anos de carreira com mais de 60 *looks* para dentro do Museu da Casa Brasileira, em São Paulo. Criando também uma nova vertente dentro de sua marca: Glória Coelho – Noivas**,** devido a crescente procura por vestidos exclusivos desenvolvidos sob medida pela estilista.

3.2 CARACTERÍSTICAS ESTILÍSTICAS E CONCEITUAIS

Arrojada e autoral, Glória Coelho pesquisa, desenvolve temas, faz releituras, procura ser especial e nos mostra peças de roupas visualmente interessantes. Com caráter pessoal e artesanal suas criações são singulares.

Desenvolveu seu processo de criação para encontrar uma identidade própria, adquirindo uma consciência da linguagem têxtil. Glória reconhece e sabe utilizar o potencial plástico das matérias-primas têxteis - naturais, como algodão, linho, seda e lã; artificiais, como viscose e *rayon*; sintéticas, como poliéster, *nylon* e acrílicos.

Valendo-se de sua experiência e intimidade com os processos industriais passou a desenvolver tecidos exclusivos com as tecelagens, como um tipo especial de neoprene para o vestuário – elástico e de fina espessura, o novo tecido modela sem marcar o corpo, criando uma silhueta sexy, moderna e, sobretudo, elegante.

Observando suas criações vemos recorrente a inspiração em temas específicos - universos culturais circundantes - como a própria Arquitetura, além do futurismo, cinema, literatura, artes plásticas, história e astrologia (um dos assuntos preferidos da estilista inclusive), sendo capaz de compor todos esses elementos em uma única coleção de forma harmoniosa, após árduo trabalho de pesquisa, estudo, análise e desenvolvimento de conceitos.

Glória, como criadora de Moda brasileira mistura as influências ao seu redor (do mundo e da história, como texto cultural) com seu eu inflado de desejos gerando um trabalho único, portanto também autoral. A releitura para ela é uma “estratégia de autoria”, segundo GARCIA (2005).

Suas roupas de silhueta rígida propõem a ideia de armadura, mas sem perder a sofisticação, pelo contrário, deixam a mulher elegante e feminina como se fosse uma aspiração da estilista em transformar as mulheres em “heroínas-guerreiras” ou

ainda, “guerreiras-urbanas”, outra característica da marca que fortalece sua identidade.

Podemos dizer que Glória busca um ideal feminino da mulher contemporânea e urbana, aquela mulher que precisa enfrentar o dia-a-dia de uma cidade grande, “antenada” com a Moda, mas que quer mais e não se veste para o outro na intenção de chamar a atenção ou se tornar um estereótipo de um “objeto de desejo”.

Há sempre certa sobriedade em suas criações, mesmo nas mais descontraídas como as da coleção Primavera/Verão 2007/2008 “Carnaval Virtual”, inspiradas em fantasias de crianças, bailes de máscara, Corte Eduardiana (reis Edward VII, George V e Albert) e personagens clássicos do cinema dos anos 1960, a cartela de cor é restrita, os tons são claros, pastéis ou secos, nada de estamparias extravagantes ou brilho em excesso. É tudo contido, sutil, mas nunca desinteressante – pelo contrário, a mulher que veste Glória Coelho é no mínimo interessante.

Imagem 06: Desfile coleção “Carnaval Virtual”. (Glória Coelho Primavera/Verão 2007/08).

Fonte: Site UOL.

O gráfico a seguir, mostra um mapeamento Glória Coelho criado a partir da análise das principais coleções da estilista, o que há em comum entre elas e o que se repete tornando característica e formando sua identidade.

Imagem 07: Gráfico criado para o presente estudo

Fonte: Arquivo pessoal.

3.3 A MARCA NO MERCADO E NA CULTURA

No início era apenas um showroom e hoje são três lojas próprias em São Paulo. A marca Glória Coelho é comercializada em aproximadamente 110 pontos-de-venda em todo o Brasil, nas principais lojas multimarcas do país e até mesmo na internet – uma prova de como a marca é bem aceita e totalmente inserida no mercado atual. Além disso, exporta para outros países como: Bélgica, China, Espanha, Estados Unidos, França, Grécia, Inglaterra, Itália, Japão, Marrocos e Portugal.

Glória consegue realizar um diálogo efetivo e eficiente com o público alvo, além de ampliar esse público ao fazer novas parcerias, por exemplo. Uma forma bem sucedida de divulgar e expandir sua marca.

Em suas coleções, a estilista sempre pensa em todos os detalhes, desenvolvendo inclusive os acessórios que compõem os *looks*, como bijuterias e sapatos. Sendo que os últimos, por sinal, chamaram a atenção da marca de calçados e acessórios Shoestock rendendo mais uma parceria de sucesso para Glória.

Imagem 08: Glória Coelho com a coleção de sapatos desenvolvida para Shoestock.

Fonte: Blog do site Estadão de São Paulo.

Seguindo uma tendência de mercado em que grandes estilistas vêm assinando coleções exclusivas para magazines, 2010 foi o ano de Glória criar para a C&A em uma parceria que uniu ficção e realidade.

A estilista foi convidada pelo escritor Silvio de Abreu e pela diretora Denise Saraceni para fazer uma participação especial na novela da Rede Globo *Passione* na cena do desfile de uma linha de roupas esportivas intitulada “Skinny Fashion”, criada pela personagem Melina Gouveia (Mayana Moura), mas que na verdade eram peças criadas por Glória Coelho a pedido da emissora de TV e que após ter sido lançada na ficção foi transportada para a realidade.

Ao total foram desenvolvidas 15 peças femininas dentro das características estilísticas da marca, que associava o moderno e contemporâneo com recortes assimétricos, silhueta sequinha e peças coladas ao corpo, reforçados também por detalhes em tecidos com transparência e cartela de cores mesclando tons tradicionais, como branco, preto e grafite com nuances de amarelo, coral e laranja. Dando origem assim à coleção limitada Verão 2011, da linha *C&A Collection*.

Vale lembrar que na trama, a personagem Melina tinha Glória como referência de Moda e usava muitas peças da estilista em seu figurino. O que reforçou o poder da novela brasileira em vender Moda e ajudou a divulgar a marca Glória Coelho para o grande público.

> "A novela não inventa, ela capta algo que existe e devolve para a sociedade, às vezes de forma mais avançada". (...) "A novela tem uma presença diária na vida do brasileiro. Quando um comportamento é repetidamente exposto, as pessoas tendem a imitá-lo", (Maria Immacollata Vassalo Lopes, citada em reportagem do site: www.estadao.com.br referindo-se ao estudo sobre Novela e Controle da Natalidade).

No Brasil as novelas ainda são o principal meio de entretenimento das famílias, tornando-se assim uma das grandes responsáveis por divulgar novas tendências de consumo. Os figurinistas têm papel importante para ajudar a compor um personagem, uma vez que a roupa facilita a identificação do telespectador e o torna convincente dentro da trama.

O figurinista percebe se sua proposta de Moda foi aceita quando confecções menores de todo o país copiam os modelos das novelas. Havendo essa popularização do figurino é certo que a novela está aumentando seu índice de

audiência, portanto aumentará também o valor do merchandising e maior será o faturamento da novela.

> "A televisão se tornou o ambiente audiovisual com o qual interagimos constantemente em função das condições de vida: Longas jornadas de trabalho e falta de alternativas para desenvolvimento pessoal e cultural" (CASTELLS, 2000, p.357).

Segundo Marília Carneiro, em seu livro 'No Camarim das Oito' (2003), o figurino da novela começou a se desenvolver na televisão brasileira com a estréia da segunda novela em cores, "Os ossos do Barão", quando os desenhos dos personagens passaram a incluir desde bijuterias, jóias que seriam usadas, até a forma de pentear os cabelos, passados também por acessórios. As primeiras novelas brasileiras possuíam seu figurino sob os cuidados de uma legião de ótimos profissionais em corte e costura. Os figurinistas, naquela época, valorizavam a estética das plumas e do carnaval, criavam penteados e faziam encomendas de roupas para costureiras. Foi então que Marília buscou um novo recurso. Criou a produção de rua, fazendo a Moda do cotidiano marcar presença em todos os capítulos.

4 ARQUITETURA EM GLÓRIA COELHO

4.1 ARQUITETOS ESCOLHIDOS

É interessante lembrar que Arquitetura, Moda e Design, são artes integradas. Caminham juntas em um constante equilíbrio de somatórios e ganhos de ambos os lados: desenham e projetam tendências, criam o novo para o futuro e recriam o passado para o presente, lidam com a poética, com o dia-a-dia, com sensações e percepções. São pessoais e individuais, imaginativas e idealizadoras, vindas da mente, da sensibilidade ou da alma de cada artista, estilista ou arquiteto.

Então entramos na fase de mapeamento dos arquitetos escolhidos por Glória ao longo de todos esses anos de criação, ou seja, aqueles que a inspiram constantemente com suas formas e estruturas. Podemos assim notar a preferência pelos estilos Minimalista, Moderno e Contemporâneo.

Minimalista pela ausência de ornamentos e adornos, muito branco e/ou preto no melhor sentido da máxima “Menos é mais” de Mies van der Rohe, Moderno pela semelhança de construção de formas geométricas bem definidas, puras e simples, e Contemporâneo por agregar conceitos de tecnologia e Sustentabilidade às criações.

Na Coleção “Vasarely” (Primavera/Verão 2000/2001), por exemplo, Glória se inspirou nas formas curvas do arquiteto ícone da Arquitetura Moderna no país: Oscar Niemeyer, sempre mesclando com outros temas, no caso, o universo do Op Art do artista plástico Victor Vasarely.

> Não é o ângulo reto que me atrai, nem a linha reta, dura, inflexível, criada pelo homem. O que me atrai é a curva livre e sensual, a curva que encontro nas montanhas do meu país, no curso sinuoso dos seus rios, nas ondas do mar, no corpo da mulher preferida. De curvas é feito todo o universo, o universo curvo de Einstein. (NIEMEYER, 2011)

Suas mais recentes coleções também têm sido inspiradas em conceitos e formas da Arquitetura Moderna, fazendo referencia a Frank Lloyd Wright, acrescentando princípios contemporâneos como o do desenvolvimento tecnológico

(tanto de tecidos quanto modelagem), a preocupação com o meio ambiente e a “Arquitetura Espetáculo” de Frank Gehry.

Como já explicado anteriormente, a palavra “Moda” vem do latim modus, e significa “modo”, “maneira”. É um código que acompanha o vestuário e o tempo, e que tem sido utilizada como uma via de expressão e identificação. Assim, o simples uso das roupas no dia-a-dia ganha um contexto maior, político, social, e até ambiental.

Atuais preocupações com a auto sustentabilidade da espécie humana no ecossistema têm engendrado novos enunciados. E novos conceitos são criados, partindo da mesma premissa: inovar para sobreviver.

Glória Coelho se uniu a Transsen Aquecedor Solar para criar a passarela do desfile coleção “Macro & Micro” (Outono/Inverno 2010/11) durante a SPFW. A empresa disponibilizou 120 coletores solares para criar um ambiente diferenciado e o resultado foi uma inovação em tecnologia, mostrando que Sustentabilidade e Moda podem andar juntas, até mesmo em uma passarela. A inspiração veio do livro de física quântica “A Natureza Ama Esconder-se”, levando a estilista a usar a energia limpa, a física quântica, luzes, luminárias e Arquitetura como referências misturando com repetições de códigos genéticos e estruturas da natureza.

Imagem 09: Desfile da coleção “Macro & Micro” (Glória Coelho Outono/Inverno 2010)

Fonte: Blog Glória Coelho.

4.2 REFLEXÃO SOBRE UMA COLEÇÃO ESPECÍFICA

> “Não é objeto, é o nome que faz com que se deseje; não é o sonho, é o sentido que faz com que se venda”. (BARTHES, 1979).

Para concluir o estudo sobre Glória, sua marca, a Moda e sua inspiração na Arquitetura é indispensável ilustrar com a análise de uma coleção específica, mostrando na prática como é possível o diálogo entre as duas áreas em questão e a concretização de uma idéia.

“Universo” foi o tema da coleção Primavera/Verão 2009/2010 que teve como inspiração o sistema solar e todos os astros, estrelas e planetas, além de placas tectônicas, bolhas e buracos negros. A estilista ainda misturou formas de brinquedos educativos, o estilo clássico dos anos 1960, o desenho japonês Pokémon e as curvas arquitetônicas de Frank Gehry.

O resultado foi digno de figurino de um filme de ficção científica, aliás, a passarela minimalista evocava um ambiente tecnológico futurista, artificial, quase inóspito como algum outro planeta até mesmo a superfície da lua.

Com essa coleção Glória afirma a identidade de sua marca, uma vez que combina todos os elementos que a seguiram ao longo de sua carreira, revendo conceitos agora e cada vez mais com maior e melhor capacidade técnica adquirida através de anos de pesquisa e prática criando algo novo e ao mesmo tempo exclusivo, autoral.

Há maturidade e segurança ao propor novas modelagens, agora mais elaboradas trabalhando a ideia de formas arquitetônicas curvas em fitas costuradas de forma orgânica, criando volume e um design diferenciado em vestidos, calças e casacos. Tudo inspirado em elementos do universo e os movimentos dos astros dentro dele.

Por ser uma coleção de verão, os tecidos escolhidos são leves, em organza e cetim de seda, numa cartela de cores que privilegia tons mais claros como roses, bege, azul, lilás, branco, sem deixar de lado o preto básico típico da marca.

Recortes de tecidos transparentes se uniram a materiais sintéticos em blazers bem cinturados, casacos com volume nos ombros e nas costas, estilo “sessentinha”, resultando em peças futuristas e delicadas ao mesmo tempo, sem perder a sofisticação.

Os recortes, tanto vazados deixando a pele à mostra, quanto usados com tecidos transparentes, apareceram bastante na coleção, com destaque para os blazers já citados, estruturados com frisos realçando o desenho, inspirado no desenho japonês Pokémon, recortado em combinações de preto e branco e azul e preto. Compondo o *look*, na parte de baixo, calças *leggings* justas, também uma característica da marca, com os sapatos de mesma cor alongando a silhueta, verticalizando e sugerindo sensação de leveza.

Imagem 10: Glória Coelho, Campanha Verão 2009/2010.

Fonte: Blog Glória Coelho.

Os vestidos são maioria na coleção e afirmam a feminilidade da marca, que apesar do curto comprimento (que mexe com a temporalidade, rejuvenescendo a mulher, nesse caso) mostram uma sensualidade contida, também com modelagem clássica estilo anos 60 com um toque de contemporaneidade.

Tops em tiras construídos com técnica de confecção impecável recriam armaduras, constantes em suas criações afirmando o ideal de mulher Glória Coelho: “guerreira-urbana”.

Imagem 11: Glória Coelho, Campanha Verão 2009/2010.

Fonte: Blog Glória Coelho.

O desfile de Moda pode ser considerado um “outdoor de ideias” e no caso da estilista, seu discurso na passarela não deixa dúvidas quanto a ideias que a levaram à criação da coleção. Como exemplo, os bordados de estrelas e cristais Swarovski em sobreposição de tecidos como organza e faixas de cetim dando a volta no corpo fazem menção aos planetas – sua principal inspiração.

Imagem 12: Glória Coelho, Campanha Verão 2009/2010.

Fonte: Blog Glória Coelho.

Glória consegue atingir o máximo de efeito com o mínimo de material, ou seja, o material pode ser o mesmo, mas o efeito é diferente em cada peça. As faixas/fitas de diversas larguras deslocadas para fora dos limites do corpo criando um aspecto de movimento aparecem em variadas formas. Assimétricas e montadas minuciosamente, em prata ou branco, nos vestidos ou tops com mangas longas ou cavadas.

A Arquitetura contemporânea de Frank Gehry, tema presente em suas últimas coleções, aparece mais forte e fica nítida a inspiração nas formas curvas das construções extravagantes do arquiteto como o Museu Guggenheim em Bilbao na Espanha.

Tudo é bem construído, há uma combinação harmônica entre os elementos Arquitetura e Universo, além de criar um aspecto tridimensional às produções, simbolizando e confirmando a identidade da marca.

Imagem 13: Museu Guggenheim Bilbao, Espanha.

Fonte: Wikipédia.

Imagem 14: Glória Coelho, Campanha Verão 2009/2010.

Fonte: Blog Glória Coelho.

4.3 ANÁLISE LIVRE DE UM VESTÍVEL

> Enquanto signo, uma peça de roupa é determinada, causada, por um objeto. E obviamente sabemos que o objeto primordial, determinante do signo roupa não é outro senão o corpo. Entre o signo e o seu objeto se estabelecem relações de determinação e de representação. O objeto determina o signo que, por sua vez, representa o objeto. Da mesma forma, primordialmente, é o corpo que determina a roupa, ainda que mais não fosse pelo simples fato de determinar as medidas e as formas básicas que ela vai ter. Em vista disso, a roupa representa esse corpo para o qual foi criada. É no corpo que encontramos a referencialidade e aplicabilidade primeira da roupa, pois é o corpo que se configura, primordialmente, como objeto da roupa enquanto signo. (MOREIRA, 2008).

A roupa é o conjunto de ideias materializadas em um produto final, resultado de pesquisa e trabalho. Todos os símbolos e elementos característicos da marca foram utilizados para a construção do vestível em questão mais uma vez provando o estilo único e autoral de uma peça Glória Coelho.

Em análise, podemos dizer que as faixas curvas que dão forma a um tipo de armadura fazem referência tanto às formas e movimentos dos planetas no Universo (tema da coleção) quanto à Arquitetura contemporânea de Frank Gehry.

Ao mesmo tempo em que a roupa é futurista como um figurino de um filme de ficção cientifica, tem a delicadeza de um vestido e seu tecido e tom sugerem leveza e pureza realçando a feminilidade da mulher.

Para o arquiteto Adolf Loos “o homem moderno não precisa de ornamentos”, no caso do desfile a maquiagem da modelo ou ausência dela e de outros ornamentos, sugerem certa sobriedade e serenidade da mulher moderna.

Finalizando o *look,* os pés chamam a atenção em sapatos cobertos por *neoprene* com saltos redondos que remetem à forma de um eclipse quando Lua se interpõe entre a Terra e o Sol, que por sinal foi o nome dado a criação da estilista: sapato Eclipse.

Imagem 15: Desfile coleção “Universo”, Primavera/Verão 2009/2010, Glória Coelho.

Fonte: Site FFW.

Imagem 16: Desfile coleção “Universo”, Primavera/Verão 2009/2010, Glória Coelho.

Fonte: Site FFW.

Imagem 17: Detalhe do sapato “Eclipse” no desfile coleção “Universo” Primavera/Verão 2009/2010 Glória Coelho.

Fonte: Site FFW.

Imagem 18: Detalhe das faixas de seda pura, estruturadas por elásticos.

Fonte: Site FFW.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A roupa é o primeiro espaço que o corpo habita, regula os modos de vinculação entre o corpo e o entorno, é a borda entre o público e o privado delimitando a possibilidade de movimento. Propõe e constrói hábitos, espaços e paisagens, estabelecendo aspectos expressivos de imagem e revelando dados fundamentais acerca da identidade e personalidade de uma pessoa.

Assim como a roupa, a casa protege e abriga corpos. Daí a principal relação de semelhança entre Moda e Arquitetura, tema do estudo realizado através da análise da marca Glória Coelho cuja uma de suas principais características estilísticas é a criação de roupas inspirada em princípios e construções arquitetônicas.

O processo de criação de um estilista, arquiteto ou artista é semelhante devido ao trabalho de pesquisa, fonte de inspiração, transformação. O que o torna único, autoral é exatamente o que ele faz com isso ao desenvolver características particulares, gostos, estilo, enfim, uma identidade.

No Brasil, a estilista Glória Coelho se destaca por romper barreiras e mudar a Moda convencional desafiando o óbvio, mas sempre mantendo a coerência formal e discursiva criando um produto clássico e atemporal. Seu exercício formal e estilístico é bem executado traduzindo o perfil da marca, que vem se fortalecendo e expandindo a cada ano após décadas de trabalho árduo.

A mulher Glória Coelho (seu público alvo) é feminina, mas tem a força de um rei. Tem a cabeça no futuro high-tech, mas os pés plantados em solo urbano, vestindo sua armadura dia após dia para enfrentar os problemas no mundo lá fora sem perder a graça e sensualidade. Minimalista, sóbria e serena. Consome Moda pelo que ela representa, seu conceito e sua preocupação com o meio ambiente.

Criar Moda requer pensar em todos esses detalhes, estudar a teoria e aprender com a prática. Ao planejar e desenvolver uma coleção o estilista materializa uma ideia, cuja inspiração pode vir da Arquitetura ou de qualquer outro assunto/elemento/objeto possível e imaginável.

É sua paixão, seu prazer e seu conhecimento que permite criar uma roupa com muito mais significado. Glória sabe disso melhor do que ninguém.

REFERÊNCIAS

BARTHES, Roland. **Sistema da Moda**. São Paulo: USP, 1979.

BRAGA, João. **História da Moda:** Uma narrativa. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2009.

_____. **Reflexões sobre Moda.** V. 1. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2008.

CASTELLS, Manuel. **O Poder da identidade.** 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

COELHO, Gloria. **Linha do tempo:** Glória Coelho. São Paulo: Alles Trade, 2011.

CORBUSIER, Le. **Mensagem aos estudantes de arquitetura.** São Paulo: Martins Fontes, 2006.

COSTA, Lúcio. Considerações sobre arte contemporânea (1940). In: _____. **Registro de uma vivência**. São Paulo: Empresa das Artes, 1995.

DESIGN Brasil. O mercado de moda. Disponível em: <http://www.designbrasil.org.br/setoresprodutivos/o-mercado-de-Moda>. Acesso em: 25 jan. 2011.

GLÓRIA Coelho. (Col. Moda Brasileira) V. 2. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

MELLO, Márcia Maria Couto. Design, moda, arquitetura e urbanismo: uma geometria transversal. In: PIRES, Dorotéia Baduy. (Org). **Design de Moda:** olhares diversos. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2008. p. 75 – 93.

ROSSI, Aldo. **A arquitetura da cidade**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

SILVA, José Maria da; SILVEIRA, Emerson Sena. **Apresentação de trabalhos acadêmicos**: normas e técnicas. Petrópolis: Vozes, 2007.

REPORTAGENS:

Lilian Pacce, especial para o jornal “**O Estado de São Paulo**” em 30/01/2011.

SITES:

http://www.aboutfashion.com.br/2008/04/28/skin-bones-Moda-e-Arquitetura/

http://elle.abril.com.br

http://ffw.com.br/

http://www.flickr.com/

http://www1.folha.uol.com.br/folha/especial/2003/Moda8/mo1212200315.shtml

http://gloriacoelho.com.br

http://pt.scribd.com/doc/55763869/Moda-e-Arquitetura

http://www.revistaau.com.br/arquitetura-urbanismo/133/arquiteturas-estruturas-e-moda-22714-1.asp

http://www.risage.com.br

http://www.somersethouse.org.uk

http://www.terra.com.br/portal/

http://www.uol.com.br/

http://www.versoereverso.unisinos.br

BLOGS:

http://blogs.estadao.com.br

http://estudosdedesign.blogspot.com

http://fashionspam.blogspot.com

http://gloriacoelho.wordpress.com

http://modices.com.br