



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ**  
**INSTITUTO DE CULTURA E ARTE**  
**CURSO DE DESIGN-MODA**

**ALBA PINHEIRO VIDAL PORTO**

**A INFLUÊNCIA HISTÓRICA, ARTÍSTICA E CULTURAL DA ALTA-COSTURA NO**  
**MERCADO DE MODA**

**FORTALEZA**

**2022**

ALBA PINHEIRO VIDAL PORTO

A INFLUÊNCIA HISTÓRICA, ARTÍSTICA E CULTURAL DA ALTA-COSTURA NO  
MERCADO DE MODA

Pesquisa apresentada ao curso de Design-Moda  
como requisito para obtenção de Grau de  
Bacharel em Design-Moda pela Universidade  
Federal do Ceará.

Orientadora: Profa. Dra. Emanuelle Kelly R.  
Silva.

FORTALEZA

2022

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Universidade Federal do Ceará  
Sistema de Bibliotecas  
Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

---

- P881i Porto, Alba Pinheiro Vidal.  
A influência histórica, artística e cultural da alta-costura no mercado de moda / Alba Pinheiro Vidal  
Porto. – 2022.  
55 f. : il. color.
- Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de cultura e Arte, Curso de Design de Moda, Fortaleza, 2022.  
Orientação: Profa. Dra. Emanuelle Kelly Ribeiro da Silva.
1. Alta-Costura. 2. Maison. 3. Savoir-Faire. 4. Moda. I. Título.

CDD 391

---

A INFLUÊNCIA HISTÓRICA, ARTÍSTICA E CULTURAL DA ALTA-COSTURA NO  
MERCADO DE MODA

Pesquisa apresentada ao curso de Design-Moda  
como requisito para obtenção de Grau de  
Bacharel em Design-Moda pela Universidade  
Federal do Ceará.

Orientadora: Profa. Dra. Emanuelle Kelly R.  
Silva.

Aprovada em: \_\_\_ / \_\_\_ / \_\_\_\_.

BANCA EXAMINADORA

---

Profa. Dra. Emanuelle Kelly R. Silva (Orientador)  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Profa. Dra. Francisca R N Mendes  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Profa. Msc. Manuela Fátima de Paula Medeiros  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Ao meu avô, Quiri.

## AGRADECIMENTOS

À minha mãe, Mara Pinheiro, a maior apoiadora dos meus sonhos. Sou extremamente grata pelo companheirismo, por acreditar e nunca medir esforços por mim. Tenho certeza que tudo que sou é pela mulher forte, independente e humana que me criou.

Ao meu pai, Marcelo Vidal, meu exemplo de amor ao próximo e pelo que faz. Muito obrigada pelo incentivo, conselhos e pelas longas conversas, minha vida jamais teria tomado esse rumo se não fosse por você.

Ao meu irmão, André Porto, obrigada por trazer tanta alegria e leveza ao meu dia-a-dia e nossa família, em especial nesses anos tão difíceis de pandemia. Você sempre foi meu melhor presente.

Às minhas amadas avós, Emilia Porto e Edith Ximenes, que mesmo tão diferentes deixaram traços tão fortes em mim. O amor à arte e o exemplo de força são a maior herança que vocês, respectivamente, me deixaram.

Ao meu namorado e melhor amigo, Pedro Sales. Sou extremamente grata por partilhar minha vida com você. Obrigada por escutar meus desabafos, pelo incentivo, pelas risadas e em especial, por acreditar em mim quando nem eu acredito.

Aos meus tios Alexandre Vidal e Michael Barone, que mesmo distantes, sempre estiveram presentes na minha criação, com valiosos conselhos e me proporcionando diferentes maneiras de enxergar o mundo.

Ao meu querido grupo Bagre, obrigada pelos momentos de descontração e por acompanharem meu amadurecimento e vitórias da escola à faculdade, crescer com vocês é maravilhoso! Em especial a Raquel Thomáz, Luana Ellery, Matheus Sales, Igor Montenegro, Bianca Baquit, Vitória Abreu, Luísa Fernandes e Manuella Jucá, a amizade de vocês me fortalece e muito me engrandece, obrigada pelo carinho de sempre.

A família Eross Sales, Zsofia, Alexandre, David, Lucas e Sarah, que sempre me acolheu, torceu e vibrou por mim e pelas minhas conquistas ao longo dos anos, muito obrigada.

À minha panelinha da faculdade, Evellyn Moreira, Clara Barreto, Isis Medina, Sarah Lia, Matheus Lucas e Maria Isabele, que desde o primeiro semestre tornaram a minha experiência universitária mais especial e valiosa, vocês marcaram minha trajetória com trocas muito além de acadêmicas.

Por fim, a todos os docentes e servidores do curso Design-Moda da Universidade Federal do Ceará, que sempre estiveram dispostos a me ajudar e ensinar, formando-me uma profissional íntegra e capacitada. Em especial minhas orientadoras de TCC de produto e de pesquisa, respectivamente, Profa. Manuela Medeiros e Profa. Emanuelle Kelly , obrigada pela atenção, apoio e incentivo ao longo da minha graduação.

“The invisible is much more important than  
the visible in Couture.”

Pierpaolo Piccioli



## RESUMO

O presente estudo foi desenvolvido com o objetivo de analisar o segmento da Alta-Costura e sua influência histórica, artística e cultural no mercado de moda, por meio de sua trajetória histórica, suas principais *maisons* e alguns de seus grandes criadores. A ideia guia consiste em compreender as especificidades do segmento e suas principais influências sociais desde seu surgimento até a atualidade. Essa análise é feita por meio de pesquisas bibliográficas e documentais, partindo da história da Alta-Costura e do *Chambre Syndicale de la Haute Couture*, seu paradoxo entre arte e indústria, sua evolução estrutural e seus consumidores, comprovando sua grande relevância histórica, artística e cultural.

**Palavras-chave:** Alta-Costura. *Maison*. *Savoir-Faire*. Moda.

## **ABSTRACT**

This present study was developed with the objective of analyzing the segment of Haute Couture and its historical, artistic and cultural experience in the fashion market, through its historical trajectory, its main *maisons* and some of its great creators. The guideline consists in comprehending the specificities of the segment and its main social influences since its birth till nowadays. This analysis was made through bibliographic and documental research, starting from the history of Haute Couture and the *Chambre Syndicale de la Haute Couture*, its paradoxe between art and industry, its structural evolution and its consumers, evidencing its great relevance historical, artistic and cultural.

**Keywords:** *Haute Couture. Maisons. Savoir-Faire.* Fashion.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1	- Charles Frederick Worth .....	19
Figura 2	- <i>House of Worth</i> (7 rue de la paix - Paris) .....	19
Figura 3	- Cartaz Exposição Universal 1900 .....	21
Figura 4	- Cartaz Exposição Internacional de Artes Decorativas e Industriais Modernas .....	21
Figura 5	- <i>Tailleur</i> de Coco Chanel .....	22
Figura 6	- <i>New Look</i> de Christian Dior .....	24
Figura 7	- Mapa do Triângulo de Ouro em Paris .....	27
Figura 8	- <i>Maison Poiret</i> na Rue Faubourg Saint Honoré em 1910 .....	34
Figura 9	- “ <i>Arrow of Gold</i> ”; Vestido de Paul Poiret .....	35
Figura 10	- <i>Les robes</i> de Paul Poiret (P. 17) .....	36
Figura 11	- <i>Bow Sweater</i> .....	37
Figura 12	- <i>Maison Schiaparelli</i> na 21 Place de Vendôme .....	38
Figura 13	- Vestido coleção <i>Stop, Look and Listen</i> .....	38
Figura 14	- <i>The Lobster Dress</i> .....	39
Figura 15	- <i>Le Chapeau-Chaussure</i> .....	39
Figura 16	- Peças Elsa Schiaparelli (Acervo MET - Metropolitan Museum of Art, Nova York)..	40
Figura 17	- <i>Le Mondrian Dress</i> exposto no Museu Yves Saint Laurent .....	41
Figura 18	- Chanel Verão 2015 - Haute Couture Week .....	42
Figura 19	- Chanel Verão 2015 - Paris Fashion Week .....	42
Figura 20	- Givenchy Haute Couture Week Inverno 1998 .....	43

Figura 21 – Dior Haute Couture Week Inverno 2006 .....	44
Figura 22 – Etiqueta <i>Maison</i> Margiela .....	45
Figura 23 – Peças <i>Maison</i> Margiela (Acervo MET - Metropolitan Museum of Art, Nova York) ..	45
Figura 24 – Vestido Coleção Hypnosis - Haute Couture Week Inverno 2019 .....	46
Figura 25 – Ateliê Chanel 31 Rue Cambon .....	48
Figura 26 – Peças em <i>toile</i> na moulage e depois confeccionado na modelo de prova .....	49
Figura 27 – Desfile Dior Haute Couture 2017 .....	51
Figura 28 – Movimento <i>Bubble Up</i> e <i>Trickle-Down</i> .....	52

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	14
<b>2</b>	<b>METODOLOGIA</b> .....	16
<b>2.1</b>	<b>Abordagem e tipo de pesquisa</b> .....	16
<b>2.2</b>	<b>Plano de coleta de dados</b> .....	16
<b>2.3</b>	<b>Categorias Analíticas</b> .....	17
<b>2.4</b>	<b>Tratamento de dados</b> .....	17
<b>3</b>	<b>HISTÓRIA DA Alta-Costura</b> .....	18
<b>3.1</b>	<i>Le Chambre Syndicale de la Haute Couture</i> .....	24
<b>3.2</b>	<i>Alta-Costura X Prêt-à-Porter</i> .....	30
<b>4</b>	<b>ARTE E INDÚSTRIA</b> .....	31
<b>4.1</b>	<i>Maisons de expressão e experimentação</i> .....	33
<b>4.2</b>	<i>Le Savoir-Faire</i> .....	47
<b>5</b>	<b>Alta-Costura PARA QUEM?</b> .....	49
<b>6</b>	<b>CONCLUSÃO</b> .....	52
	<b>REFERÊNCIAS</b>	

## 1 INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como objetivo geral, desenvolver uma análise crítica sobre a Alta-Costura e sua influência no mercado da moda, a partir disso surgem os seguintes objetivos específicos: definir Alta-Costura, analisar a sua história, categorizar e identificar as normas impostas pelo sindicato de Alta-Costura e listar as marcas pertencentes ao mesmo, compreender as inovações e trajetória de alguns dos principais estilistas da Alta-Costura, e por fim, interpretar a influência do segmento e da semana de moda de Alta-Costura no mercado de moda.

A motivação para a presente pesquisa se deu ainda na faculdade quando me aproximei da costura e da *moulage*<sup>1</sup>. Ao aprofundar o assunto, passei a conhecer e admirar as técnicas manuais trabalhadas nos ateliês de Alta-Costura e durante minha formação acadêmica tive a oportunidade e privilégio de participar de um intercâmbio para Paris, com foco introdutório à moda francesa e as técnicas utilizadas nos ateliês parisienses. Dessa experiência derivaram muitos questionamentos tais como: o caráter exclusivo e restritivo das técnicas manuais históricas e valiosas na produção de vestuário, a diferenciação da Alta-Costura e do *Prêt-à-Porter*<sup>2</sup> de luxo, sua relevância histórica para a moda e como a Alta-Costura é vista e apropriada no Brasil.

Essa pesquisa é relevante pois aborda um assunto pouco explorado no cenário acadêmico nacional. Nesse sentido, uma análise sobre o tema trará luzes sobre conceitos já enraizados no senso comum sobre a Alta-Costura, além de proporcionar o debate crítico e o amadurecimento da discussão para se pensar em suas implicações mercadológicas.

Para atingir esse objetivo, foram feitas pesquisas bibliográficas e documentais. A intenção da pesquisa é desenvolver um olhar de cunho explicativo, primeiramente acerca da história da Alta-Costura, do *Chambre Syndicale de la Haute Couture*, seus principais membros e criadores. Posteriormente, são apresentados dados mercadológicos e históricos, esclarecendo hábitos de consumo e a influência do segmento no mercado de moda desde seu nascimento até os dias de hoje. Por fim, partiremos para uma análise das semanas de moda mais marcantes e o processo de produção nas *maisons*. Sendo uma pesquisa de natureza

---

<sup>1</sup> Técnica de modelagem de roupas que consiste em trabalhar o tecido e as formas de uma peça diretamente sobre o manequim.

<sup>2</sup> Frase francesa que significa “pronto para vestir”, expressão referente a peças produzidas em escala industrial

qualitativa, o caminho metodológico apresentado busca responder a seguinte problemática: Qual a influência histórica, artística e cultural da Alta-Costura no mercado de moda?

Partindo dessa problemática, este trabalho busca apresentar a Alta-Costura. Tendo como enfoque a sua representatividade histórica, desde seu nascimento em Paris no século XIX, como precursor Charles Worth. Além da importância do *Chambre Syndicale de la Haute Couture*<sup>3</sup>, que regula e fiscaliza as *maisons*<sup>4</sup>, membros desse seleto grupo de criadores. Também busca tecer considerações sobre sua influência mercadológica, uma vez que mesmo contando com poucos e exclusivos clientes no mundo, possui uma das semanas de moda mais aguardadas e influentes, iniciando o calendário de moda mundial e ditando as tendências da estação para diversas áreas do mercado. E finalmente, analisar os principais estilistas da história da Alta-Costura, com suas representações artísticas e comportamentais.

Dessa forma, além desta introdução, o trabalho conta com mais seis capítulos. O segundo capítulo discorre acerca da metodologia utilizada para a produção dessa pesquisa, sendo essencialmente bibliográfica e documental. O terceiro apresenta a história do segmento e identifica as normas impostas pelo sindicato de Alta-Costura, listando as marcas pertencentes ao mesmo. O quarto busca identificar a proximidade com a arte, fazendo uma análise de forma breve e objetiva, da trajetória de alguns dos principais estilistas do segmento, que desde meados do século XIX até hoje, analisando como seus principais trabalhos a frente das grandes *maisons*, que influenciam a cultura da moda ocidental. O quinto e penúltimo capítulo aborda de forma breve e objetiva o cenário atual da Alta-Costura e sua relevância mercadológica, com enfoque na semana de moda de Alta-Costura. Por fim, é apresentada a conclusão da pesquisa, cujos principais achados são: a grande relevância histórica da Alta-Costura para a moda moderna, sua proximidade com arte e sua influência cultural no mercado de moda.

---

<sup>3</sup> Câmara Sindical da Alta-Costura.

<sup>4</sup> Palavra francesa que significa casa e refere-se ao ateliê de Alta-Costura.

## **2 METODOLOGIA**

Todas as pesquisas foram realizadas com o objetivo de analisar a Alta-Costura e a sua influência histórica, artística e mercadológica, desde sua criação até os dias de hoje. Nesse sentido sua abordagem é eminentemente qualitativa, uma vez que parte da interpretação do significado da Alta-Costura para a cultura e o mercado de moda de maneira geral. De acordo com Flick (2009) a pesquisa qualitativa é de grande relevância ao estudo das relações sociais devido à pluralização das esferas da vida.

### **2.1 Abordagem e Tipo de Pesquisa**

Foi realizada uma pesquisa de caráter explicativo, Gill (2002) afirma que a mesma tem como preocupação central, identificar os fatores que determinam e contribuem para a ocorrência dos fenômenos. A Alta-Costura, considerada por Lipovetsky (1987) como a instituição mais significativa da moda moderna, é um fenômeno social e existe, assim, necessidade de analisá-la.

Portanto, o estudo parte da pesquisa bibliográfica como procedimento básico para coleta e análise de dados. Ela se dá, através das principais obras e pesquisas sobre a Alta-Costura, seus impactos sociais e mercadológicos, seu funcionamento e seus principais criadores. Segundo Gill (2002), a pesquisa bibliográfica permite ao investigador uma gama de fenômenos muito mais ampla do que a que poderia ser pesquisada diretamente.

### **2.2 Plano de Coleta de Dados**

Neste trabalho, foi priorizada a pesquisa bibliográfica e documental, com os principais procedimentos metodológicos para os estudos sobre a Alta-Costura e suas influências nos mais diversos meios e contextos, seja mercadológico, análises de marca, casos de marketing, história da moda e seus principais criadores, até documentos e reportagens relevantes.

Os principais autores e obras que respaldam o estudo são Gilles Lipovetsky em *O Império do Efêmero*, uma vez que o autor trata da moda moderna que tem seu início junto a Alta-Costura; Didier Grumbach, em *Histórias da Moda*, onde o autor e empresário fala dos principais criadores de Alta-Costura, contextualiza a sua importância, e decorre também sobre



os critérios impostos e as mudanças sofridas no *Chambre Syndicale de la Haute Couture*, instituição que presidiu e por fim, Richard Martin e Harold Koda, que em *Haute Couture*, apresentam detalhes e curiosidades na produção de Alta-Costura.

### 2.3 Categorias Analíticas

A primeira categoria desenvolvida foi o **contexto histórico** em que a Alta-Costura surgiu, seguido pelas sua influência até 1960 e por fim, seus ajustes no mercado até os dias de hoje. A segunda categoria foi o funcionamento da **Alta-Costura**, com a influência do *Chambre Syndicale de la Haute Couture*, a estrutura das *maisons* e por fim, a Semana de Moda de Alta-Costura. Finalizando com a terceira categoria, o **mercado de moda**, onde foi identificado a importância da Alta-Costura para o mesmo, seus consumidores e sua representatividade.

### 2.4 Tratamento dos Dados

Os dados obtidos, através das pesquisas bibliográficas e documentais, foram selecionados, organizados e divididos em três categorias: histórica, mercadológica e referentes ao funcionamento e produção nos ateliês.

Baseando-se nessa divisão, a análise dos dados permeia a construção dos capítulos, começando por todo o contexto histórico, influência da Alta-Costura na moda e contextualiza a sua importância, depois, os critérios impostos e as mudanças sofridas no *Chambre Syndicale de la Haute Couture*, organização da Semana de Moda de Alta-Costura e por fim, a influência do trabalho dos principais estilistas de Alta-Costura nos hábitos de consumo até hoje.

### 3 HISTÓRIA DA ALTA-COSTURA

Em *O Império do Efêmero*, Lipovetsky (1987) divide o desenvolvimento da moda em quatro etapas. A primeira, Moda aristocrática, que surge com a utilização do vestuário como forma de diferenciação social entre a burguesia e a aristocracia. Seguida pela Moda de cem anos, que tem início na segunda metade do século XIX e vai até 1960, marcada pelo reconhecimento da criação e do luxo, aproximando os códigos da moda aos atuais. Já a terceira etapa, surge com a popularização da moda e o surgimento do *prêt-à-porter*, denominada Moda aberta. Finalizando assim, com a Moda consumada, que tem como características principais o individualismo e a pluralização da moda como um todo.

O autor caracteriza a moda dos cem anos como a primeira e mais sublime fase da moda moderna. Ela é marcada pelo início e ascensão da Alta-Costura, sua instituição mais significativa. Que teve início em 1858 em Paris, com a abertura da *House of Worth*<sup>5</sup>.

O ateliê localizado na *7 Rue de la Paix*, foi fundado pelo inglês Charles Frederick Worth, que com objetivo de ser aceito no mercado majoritariamente francês e feminino, mudou os hábitos de consumo de moda da época. Worth passou a atender mulheres da aristocracia francesa e do mundo todo, transformando o processo de produção e consumo de roupas. Antes, os costureiros iam às casas de suas clientes e produziam as peças de acordo com seus desejos, entretanto na *House of Worth*, todas as roupas eram idealizadas pelo mesmo e as compradoras passaram a agendar horário e se dirigir a *maison*. Ele também organizava apresentações de coleções sazonais, realizando vários desfiles para suas clientes, mostrando o caimento e materiais de suas peças, as mais caras de Paris.

---

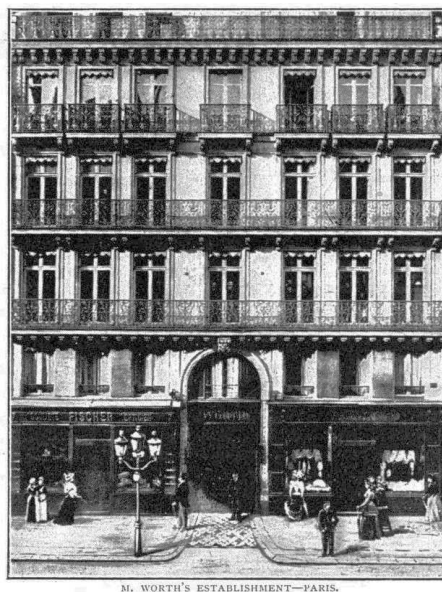
<sup>5</sup> Ateliê de Charles Worth em Paris. Casa de Worth.

**Figura 1 - Charles Frederick Worth**



FONTE:<https://alemdastendencias.com.br/2015/03/10/fashion-files-120-anos-sem-charles-worth/>  
(acessado em setembro de 2021)

**Figura 2 - House of Worth (7 rue de la paix - Paris)**



FONTE:[https://en.wikipedia.org/wiki/House\\_of\\_Worth/](https://en.wikipedia.org/wiki/House_of_Worth/) (acessado em setembro de 2021)

Por produzir vestidos confeccionados em máquina de costura, sem caráter de exclusividade e vestidos costurados principalmente à mão, que garantiam que não haveria cópias, foi capaz de atender os desejos da nobreza de continuar distinguindo-se e da burguesia que buscava ascensão social. Assim, Worth fez de seu ateliê de costura uma empresa de

criação e também um espetáculo publicitário, mudando os hábitos até então conhecidos como afirma Debom (2017).

Essas mudanças de comportamento bem-sucedidas abriram espaço para o aumento gradativo do número de casas organizadas com os mesmos hábitos da *Maison Worth*<sup>6</sup>, assim, em 1868 é fundado, em Paris o *Chambre Syndicale de la Couture, des Confectionneurs et des Tailleurs pour Dame* (Câmara Sindical de Costura, Costureiras e Alfaiates para Senhora), onde foram estabelecidos os critérios que transformariam um costureiro em um criador de moda.

Com o passar dos anos, a procura pelos ateliês parisienses por pessoas de diversos países aumentou e a instituição evoluiu tornando-se em 1910, *Chambre Syndicale de la Couture Parisienne* (Câmara Sindical da Costura Parisiense), com o desejo de organizar e alinhar o ritmo de criação das novas *maisons*, foram oficializadas a apresentação de duas coleções sazonais ao longo do ano, exibidas nos ateliês como verdadeiros espetáculos, apontando as peças que farão parte das próximas estações, a primeira no início do ano correspondente às estações de primavera e verão e a segunda no meio do ano referente às estações de outono e inverno, seguindo a mesma estrutura até os dias de hoje.

No ano de 1900, a Alta-Costura se concretiza e conta com 20 *maisons* presentes na Exposição Universal<sup>7</sup>, sediada em Paris. Laprade (2017), aponta que dessa data até 1925, o segmento se transformou, deixando de ser caracterizada como indústria francesa e passa a exibir durante a Exposição Internacional de Artes Decorativas e Industriais Modernas<sup>8</sup>, em 1925, suas esferas artísticas, contando com 72 *maisons* presentes.

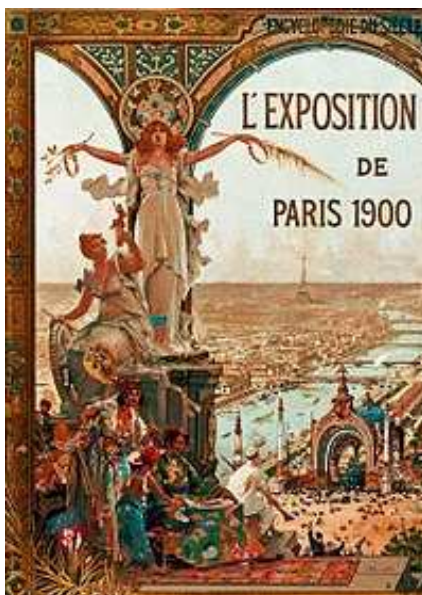
---

<sup>6</sup> Forma como os franceses passaram a chamar o ateliê de Charles Worth, até então denominado House of Worth.

<sup>7</sup>Realizada em Paris, França, no ano de 1900, com duração de 7 meses, o evento foi uma celebração das conquistas mundiais do século passado e forma de acelerar o desenvolvimento para o próximo século.

<sup>8</sup>Exposição mundial, sediada em Paris, França no ano de 1925. A mesma condensou a *Art Deco* e fortificou Paris como polo das Artes e Designs.

Figura 3 - Cartaz Exposição Universal 1900



FONTE: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Exposi%C3%A7%C3%A3o\\_Universal\\_de\\_1900](https://pt.wikipedia.org/wiki/Exposi%C3%A7%C3%A3o_Universal_de_1900)  
(acessado em setembro de 2021)

Figura 4 - Cartaz Exposição Internacional de Artes Decorativas e Industriais Modernas



FONTE: <https://i.pinimg.com/originals/b2/c8/9c/b2c89c0295275c5df42675f9ee1a7b0c.jpg>  
(acessado em setembro de 2021)

Durante a metade da década de 1920, essas *maisons* representavam o segundo lugar no comércio exterior francês e possuíam um papel capital de destaque na importação de roupas, graças a seu grande prestígio. (LIPOVETSKY, 1987).

Em junho de 1940, durante a Segunda Guerra Mundial, Paris foi tomada e ocupada por tropas nazistas. A Alta-Costura foi ameaçada, uma vez que poucas *maisons*

mantiveram-se abertas e com acesso escasso a matéria prima. Além disso, o governo alemão tentou, sem sucesso, transferir o até então *Chambre Syndicale de la Couture Parisienne* (Câmara Sindical da Costura Parisiense) para Berlim ou Viena. Tornando desafiadora a perpetuação da Alta-Costura durante a guerra. (VEILLON, 2004).

Os criadores da época se reinventaram adaptando suas criações para as mulheres que agora participavam assiduamente do mercado de trabalho. O *tailleur*<sup>9</sup> de *tweed*<sup>10</sup>, criado pela *maison Chanel*<sup>11</sup>, era confortável e duradouro para enfrentar as essas novas ocupações femininas, expandindo-se na Alta-Costura e no mundo. Com adaptações em suas peças, tecidos e modelagens, os estilistas que se mantiveram em Paris conseguiram manter a Alta-Costura na sua cidade natal e representando grande parte da exportação francesa na época.

Figura 5 - Tailleur de Coco Chanel



FONTE: <https://www.megacurioso.com.br/marcas-e-estilistas/82393-coco-chanel-um-dos-icomes-maximos-da-moda-mundial.htm> (acessado em setembro de 2021)

Contudo, com o fim da Segunda Guerra Mundial em 1945 e a liberdade do território francês, a Alta-Costura se reorganizou visando a reconquista dos mercados internacionais e do seu triunfo. O novo *Chambre Syndicale de la Haute Couture* (Câmara Sindical da

<sup>9</sup>Palavra francesa com significado de terno feminino, composto por casaquinho e saia.

<sup>10</sup>Tecido feito com lã cardada, rígido e macio, geralmente tecido com fios de duas cores e formando um padrão xadrez.

<sup>11</sup>Ateliê fundado por Gabrielle “Coco” Chanel, em 1909.

Alta-Costura) é criado, e surge o termo Alta-Costura, agora uma patente francesa, sendo assim, somente *maisons* em território parisiense podendo utilizar essa nomenclatura.

Com a Europa fragilizada, os Estados Unidos da América, na tentativa de torna-se o polo de moda mundial, apresenta ao mundo o *ready to wear*<sup>12</sup>, que consiste na produção de vestimentas em escala industrial vendidas em grandes lojas, adotando um padrão de medidas e a possibilidade de comprar um artigo e levá-lo pronto para casa. Tornando-se uma ameaça para o crescimento da Alta-Costura. (MOREIRA CABRAL, 2006).

Sant'anna (2011, p.115) disserta sobre um das tentativas de globalização da Alta-Costura pós-Guerra, ameaçada pelo avanço do *prêt-à-porter*:

A missão da exposição “Le Théâtre de la Mode”, organizada entre 1945 e 1946, por iniciativa de Roberto Ricci, com apoio do Ministro Raoul Dautry e promovida pela Câmara Sindical da Costura parisiense, foi a de demonstrar ao mundo que, apesar da Guerra, a Haute-couture francesa não havia morrido. Além do pavilhão de Marsan, no interior do Louvre, esta exposição viajou pelo mundo, indo a Londres, Barcelona, Copenhague, Estocolmo, Viena e a Nova Iorque, com 13 cenários assinados pelos mais renomados artistas franceses da época e 237 bonecas, vestidas com o que havia de melhor e mais criativo da genialidade de diversos criadores da Haute-couture francesa.

Contudo em 1947, A França e a Alta-Costura recuperaram a atenção mundial, quando a *maison* Dior<sup>13</sup> lança o icônico *New Look*, com ombros delicados, cintura fina e saia rodada. A criação de Christian Dior<sup>14</sup> reforçava o luxo da Alta-Costura e apresentava uma moda parisiense renovada e poderosa. (OLDS, 2001).

---

<sup>12</sup>Frase em inglês com significado pronto para usar. Termo é comumente usado na sua tradução literal para a língua francesa “*prêt-à-porter*”.

<sup>13</sup>Ateliê fundado por Christian Dior, em 1946.

<sup>14</sup>Estilista francês.



**Figura 6 - New Look de Christian Dior**



FONTE: <http://almanaque.folha.uol.com.br/christiandior.htm>

(acessado em setembro de 2021)

A Alta-Costura viveu seu momento sublime e heróico, até 1960, com o fim da moda de cem anos, onde em esquema global, monopolizava a inovação, de acordo com Lipovetsky (1987, p 85):

A Alta-Costura, secundada pela confecção, ao contrário, permitiu à moda desprender-se da influência nacional, não deixando subsistir senão o modelo e sua cópia em grande número, idêntica em todos os países. A moda moderna, ainda que sob a autoridade luxuosa da Alta-Costura, aparece assim como a primeira manifestação de um consumo de massa, homogêneo, estandardizado, indiferente às fronteiras.

Atualmente, a demanda por peças de Alta-Costura diminuiu consideravelmente, entretanto ela possui um relevante espaço no mercado de luxo e da moda conceitual em diversos aspectos como veremos de forma mais detalhada ao longo desta pesquisa.

### **3.1 Le Chambre Syndicale de la Haute Couture**

O *Chambre Syndicale de la Haute Couture* (Câmara Sindical da Alta-Costura) passou por diversas mudanças estruturais ao longo de sua história e em 2017, teve sua modificação mais recente, juntou-se a outras duas câmaras sindicais, o *Chambre Syndicale de la Mode Féminine* (Câmara Sindical da Moda Feminina) e o *Chambre Syndicale de la Mode*



*Masculine* (Câmara Sindical da Moda Masculina), compondo a *Fédération de la Haute Couture et de la Moda* (Federação da Alta-Costura e da Moda).

Localizada no número 100 da Rue du Faubourg Saint-Honoré em Paris, a instituição deseja desde sua origem “promover a moda francesa, onde a Alta-Costura e a criação possuem grande impacto por combinar o conhecimento tradicional e a tecnologia contemporânea”, oferecendo todo o suporte necessário às marcas regulamentadas, por meio de comissões e atendimentos individuais, coordenando e organizando o calendário e as Semanas de Moda de Paris (Semana de Alta-Costura, de Moda Feminina e de Moda Masculina) e cursos e especializações pela *École de la Chambre Syndicale de la Haute Couture* (Escola da Câmara Sindical da Alta-Costura), segundo o website da própria federação <https://fhcm.paris/en/the-federation/history/> <acessado em outubro de 2021>

Desde seu nascimento em 1858 até a década de 1940, ser uma *maison* de Alta-Costura não apresentava grande dificuldade, uma vez que as regras eram extremamente flexíveis e o *Chambre Syndicale de la Haute Couture* tinha como principal função organizar o funcionamento e criar um regulamento para o setor da Alta-Costura. Entretanto, após a Segunda Guerra, as *maisons*, enxergando a necessidade de fortalecimento no cenário mundial e proteção do movimento crescente do *prêt-à-porter*, demandam a criação uma série de regras específicas regidas e fiscalizadas pela *Fédération de la Haute Couture et de la Moda* que protegem o nome Alta-Costura, certificando sua qualidade e transformando-a em uma Denominação de Origem Protegida<sup>15</sup> pertencendo por lei ao território parisiense. (STEELE, 2019).

Em *Histórias da Moda* (2009), Didier Grumbach aponta as regras determinadas, em 1945, para a utilização da patente e participação desse grupo seletivo de criadores (conforme consta na definição por decreto legislativo em 23 de janeiro de 1945, publicado no *Journal Officiel*<sup>16</sup> de 6 de abril de 1945 e no decreto legislativo de agosto de 1947):

- As *maisons* devem anunciar a denominação de “*couture* (costura)”, “*couturier* (costureiro)” ou “*couturière* (costureira)” na sua razão social, placas, etiquetas e publicidade;

<sup>15</sup>Denominações, pertencentes a países da União Europeia, cujo reconhecimento requer que todas as fases de produção, transformação e elaboração tenham lugar numa área geográfica determinada, com um saber fazer constatado e reconhecido.

<sup>16</sup>Diário oficial, na tradução para o português. Meio de comunicação no qual a administração pública divulga todos os seus atos

- Os modelos criados só poderão ser reproduzidos pela própria *maison*, excluindo qualquer terceirização ou confecção em série;
- Poderão ser realizadas criações sobre medida para clientes mediante a prova em alinhavo, ou criações para empresas francesas visando a reprodução.
- Os desenhos (modelos) devem ser originais e criados exclusivamente pelo chefe da casa de moda, ou por criadores permanentemente contratados;
- Os desenhos devem ser fabricados nas oficinas internas à *maison*, devendo estas ter no mínimo 20 empregados envolvidos na produção (primeiros ajudantes, segundos ajudantes e aprendizes);
- A *maison* deve apresentar em Paris a cada estação de primavera e outono, uma coleção com o mínimo de 70 modelos criados e confeccionados em materiais idênticos aos que serão posteriormente utilizados na confecção de peças para clientes exclusivos, sendo que dos 70 modelos 35 serão para o dia e 35 para a noite;
- Tanto as regras para as convenções gerais como a escala de salários devem ser cumpridas, sendo que os formulários apropriados deverão ser apresentados ao ministério da indústria;
- Os desenhos devem ser depositados uma semana antes da apresentação da coleção, com um registo que permita a imediata identificação da mesma;
- Os modelos são artesanais, ou seja, construídos à mão;
- A *maison* deve ter no mínimo cinco andares e possuir nela um espaço para a realização de desfiles;
- A endereço da *maison* deve pertencer ao triângulo de ouro, formado pela interseção das três avenidas mais importantes de Paris: Champs Elysées, Montaigne e Georges V;

**Figura 7 - Mapa do Triângulo de Ouro em Paris**



FONTE: <https://www.bnppre.fr/actualite/marche/20170502/le-triangle-d-or-coeur-du-quartier-central-des-affaires-de-paris-193.html> (acessado em outubro de 2021)

Cabendo assim, ao *Chambre Syndicale de la Haute Couture*, estabelecer o calendário das coleções definir para quais meios de comunicação serão enviados os convites para a participação nos desfiles, acompanhar a implementação das marcas associadas fora da França e defender os direitos de propriedade intelectual dessas marcas. A cada ano, por meio de uma lista estabelecida por uma comissão de ministros, sediada no Ministério da Indústria Francesa, a instituição determina as *maisons* que estão aptas a denominar-se Alta-Costura. (GRUMBACH, 2009).

De acordo com Grumbach (2009), esse conjunto de regras estabelecidas pelo *Règlement intérieur de la Commission de Contrôle et de Classement "Couture Création"*<sup>17</sup> em 23 de janeiro de 1945, foi atualizado em 1992, uma vez que o *prêt-à-porter* passa a adquirir um lugar expressivo no mercado de luxo. Como forma de renovar e organizar o futuro do segmento, deliberando as seguintes mudanças:

- Os criadores candidatos que desejem apresentar as suas coleções dentro do calendário da Alta-Costura serão examinados pelo Conselho Diretor da Federação e posteriormente retificados pela Câmara Sindical Parisiense;

<sup>17</sup>Regulamento de controle e classificação da patente Alta-Costura

- São os próprios criadores já membros da Câmara, que em última instância elegerão os novos membros;
- Os criadores admitidos devem possuir *savoir-faire* (saber-fazer) da Alta-Costura, tendo ainda liberdade para transportar modelos inéditos de Prêt-à-porter para os seus desfiles;
- A denominação de Alta-Costura, definida pelo decreto lei de 1945, não lhes é permitido, ficando autorizados apenas a usar o termo *Couture*. Os membros convidados podem adquirir um estatuto permanente após dois anos seguidos de presença no calendário da Alta-Costura, mediante um novo voto e um pedido junto ao Ministério da Indústria.

Enxergando a necessidade de abranger o segmento para fora da França e a partir da atualização do *Règlement intérieur de la Commission de Contrôle et de Classement “Couture Création”*, o *Chambre Syndicale de la Haute Couture*, determina três novos títulos para seus membros; permanentes, correspondentes e convidados. Os membros permanentes correspondem às *maisons* francesas que seguem todos os pré-requisitos para a utilização da patente Alta-Costura e são considerados titulares da nomenclatura. O segundo grupo, dos membros correspondentes, é formado por *maisons* que, assim como os membros permanentes, seguem todos os pré-requisitos determinados, entretanto não são francesas. Por fim, os membros convidados, que tem como intuito promover as novas marcas francesas e não-francesas, essas marcas devem possuir o *savoir-faire*<sup>18</sup> da Alta-Costura. Todos estes membros fazem parte da *Fédération de la Haute Couture et de la Moda* e podem apresentar-se na Semana de Moda de Alta-Costura que acontece duas vezes ao ano na capital francesa.

Hoje, a *Fédération de la Haute Couture et de la Moda*, possui 16 membros permanentes, 9 membros correspondentes e 15 membros convidados. Totalizando 40 membros federados. Segundo o website da própria federação “<https://fhcm.paris/en/the-federation/history/> <acessado em outubro de 2021>:

---

<sup>18</sup>Habilidade específica para a produção de peças de Alta-Costura. Saber fazer na tradução literal para o português

<b>Membros Permanentes:</b>	Adeline André
	Alexandre Vauthier
	Alexis Mabille
	Bouchra Jarrar
	Chanel
	Christian Dior
	Frank Sorbier
	Giambattista Valli
	Givenchy
	Jean Paul Gaultier
	Julien Fournié
	<i>Maison Margiela</i>
	<i>Maison Rabih Kayrouz</i>
	Maurizio Galante
	Schiaparelli
	Stéphane Rolland
<b>Membros Correspondentes:</b>	Alaïa
	Atelier Versace
	Elie Saab
	Fendi Couture
	Giorgio Armani Privé
	Iris Van Herpen
	Ulyana Segeenko
	Valentino
	Viktor&Rolf
	<b>Membros Convidados:</b>
Azzaro Couture	

	Balenciaga
	Charles de Vilmorin
	Christophe Josse
	Georges Hobeika
	Imane Ayissi
	Julie de Libran
	Pyer Moss Couture
	Rahul Mishra
	Ralph Rucci
	RVDK Ronald Van der Kemp
	Vaishali S
	Yuima Nakazato
	Zuhair Murad

Fonte: <https://fhcm.paris/en/the-federation/history/> <acessado em outubro de 2021>.

### 3.2 Alta-Costura X Prêt-à-Porter

No final da década 1950 e início de 1960, inicia-se a segunda fase da moda moderna, a moda aberta, com ela chega ao fim da moda de cem anos e junto a mesma, o declínio da Alta-Costura, quando o mundo é apresentado ao *prêt-à-porter*. Inspirado no *ready to wear* americano, o novo setor afastava-se da Alta-Costura pela sua acessibilidade, uma vez que as peças são produzidas industrialmente em larga escala, entretanto, diferentemente da confecção industrial, elas apresentam identidade de moda, com estilistas a frente de suas criações, seguindo as últimas tendências do mercado. Oferecendo um ciclo de produção rápido, atingindo uma quantidade maior de pessoas, melhores preços e mais vendas.

Essa transição das fases da moda moderna não significou o fim da Alta-Costura, e sim uma redefinição do segmento que até então monopolizava a criação de moda mundial, Lipovetsky (1987, p 123) afirma que:

Em sua realidade profunda, essa segunda fase da moda moderna prolonga e generaliza o que a moda de cem anos instituiu de mais moderno: uma produção burocrática orquestrada por criadores profissionais, uma lógica industrial serial, coleções sazonais, desfiles de manequins com fins publicitários. Ampla continuidade organizacional que não exclui, no entanto, um redescobrimto do sistema.

O *prêt-à-porter* instigou uma mudança estrutural e social no funcionamento Alta-Costura, tornando-a similar ao que vemos hoje, uma instituição com o saber exímio do ofício, que perpetua a tradição do luxo, do lançamento de tendências para o mercado e de estímulo publicitário para suas marcas, retirando-a das obrigações comerciais dos últimos cem anos. (LIPOVETSKY, 1987).

O sentimento de exclusividade e o esplendor na produção de suas peças, fruto das regras impostas pela *Fédération de la Haute Couture et de la Moda* e do domínio da produção manual de suas peças, permitem que a Alta-Costura caminhe de forma ainda mais próxima do luxo, que a acompanha desde sua criação. “Não é mais apenas a riqueza do material que constitui o luxo, mas a aura do nome e renome das grandes casas, o prestígio da grife, a magia da marca.” (LIPOVETSKY e ROUX, 2005, p 43).

Assim, a Alta-Costura mantém-se como espetáculo, espaço livre de possibilidades acompanhado da perfeição, sem demandas comerciais, uma vez que seus clientes são limitados e específicos. Lipovetsky (1987) afirma que o segmento serve como vitrine de arte e luxo para o setor que o sustenta, por meio de perfumes, cosméticos, jóias, peças no *prêt-à-porter* e *licensing*<sup>19</sup> com o nome de suas marcas.

#### 4 Arte e Indústria

Lipovetsky (1987) afirma que antes do início da Alta-Costura, a produção de vestimentas seguiu dois caminhos extremamente distintos. A produção de forma manual e exclusiva, feita por artesãos para a burguesia e a confecção industrial, que acompanhava os avanços Ingleses pós revolução industrial, com peças produzidas em larga escala para o resto da população. Separando assim, o saber fazer manual da indústria.

Com o pioneirismo de Worth, a Alta-Costura apresenta ao mundo uma nova forma de fazer roupas. Unindo a sensibilidade estética do artesão com a possibilidade de reprodução em escala para o mundo, as peças produzidas nas *maisons* parisienses transformaram os artesãos,

---

<sup>19</sup>Patente da marca. Licenciamento na tradução literal para o português.



que antes eram apenas realizadores, em criadores, dando-lhes liberdade criativa e status social, Lipovetsky (1987 p. 95) discorre que:

A mudança sobrevém no século XIX e sobretudo com Worth: a partir desse momento, o costureiro vai gozar de um prestígio inaudito, é reconhecido como um poeta, seu nome é celebrado nas revistas de moda, aparece nos romances com traços do esteta, árbitro incontestado da elegância: como as leis de um pintor, suas obras são assinadas e protegidas pela lei.

Ao mesmo tempo que essa mudança social aproximava a Alta-Costura da arte, ela também passou a ocupar um papel industrial expressivo. Durante a Exposição Mundial de Paris em 1900, o seguimento foi exposto no setor de *Industries de la confection et de la couture pour hommes, femmes et enfants* (Indústrias de confecção e costura para os homens, mulheres e crianças), fortalecendo e colaborando com a expansão da indústria do luxo francesa. Lipovetsky (1987) comenta que até meados da década de 1950, a Alta-Costura, com em média 50 *maisons* registradas, estas empregando somente de cem a dois mil funcionários, chegou a representar até 15% da exportação global francesa, tornando-a também, um fator econômico extremamente relevante para a época.

Todavia, apenas 25 anos depois, na Exposição Internacional de Artes Decorativas e Industriais Modernas, também sediada em Paris, ocorrida de abril a outubro de 1925, a Alta-Costura apresenta uma faceta completamente diferente ao mundo. Agora, em resposta a repercussão e glamour atrelado aos nomes dos grandes criadores a frente das *maisons* na época, ela recebe uma nova categoria, a de arte aplicada<sup>20</sup>, desassociando as criações da ideia de industrializado e valorizando a parte criativa da produção.

Assim, o surgimento do *prêt-à-porter* reforça o fim dos laços comerciais da Alta-Costura com a indústria, tornando-a apenas um símbolo da indústria de luxo. Contudo, esse afastamento não caracteriza o segmento como uma confecção artesanal, uma vez que o mesmo emprega diversos profissionais e movimenta milhões de euros anualmente, passando assim a ser classificado como uma prática comercial regulamentada.

Categorizar-se dessa maneira, possibilita aos criadores de Alta-Costura, protegidos pelos grandes e tradicionais nomes estampados em suas etiquetas, uma liberdade artística quase infinita. Permitindo-lhes autenticidade, diferenciação e inovação, que por meio de peças produzidas quase artesanalmente com o exímio do *savoir-faire*.

---

<sup>20</sup>Termo usado para determinar um tipo de arte que seja útil.



#### 4.1 *Maisons* de Expressão e Experimentação

No ensaio publicado em 1935 por Walter Benjamin “A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica”, o autor comenta que até o século XIX, a obra de arte era vista como inacessível e irreproduzível, contudo, com o surgimento e popularização dos avanços tecnológicos, como a fotografia e o cinema, aparece a possibilidade da reprodução do original em série e o encurtamento da distância entre a obra e o público. Surgindo assim, um novo modo de usufruir da arte, permitindo sua produção em diversos dispositivos técnicos.

O filósofo traz em seu ensaio o conceito da “aura” da obra de arte, ela é o que difere a arte de um objeto qualquer após a era da reprodutibilidade técnica, sendo seus principais elementos a autenticidade e a unicidade. O primeiro está relacionado aos elementos temporais e espaciais que constituem a obra e o segundo está associado aos sentimentos e impressões do artista que são expostos de forma oculta. Tornando assim, a obra única no seu espaço e tempo. Seguindo esses conceitos propostos por Walter Benjamin, podemos associar a definição de “aura” da obra de arte nas peças produzidas nos ateliês de Alta-Costura.

Com seu início atrelado a Arte Moderna<sup>21</sup>, que surge no final do século XIX abraçando a urbanização e as novas formas de expressão artísticas, a Alta-Costura caminha em seus principais movimentos junto a seus criadores que ressignificam suas criações aproximando-as da arte.

Um exemplo é o francês, Paul Poiret, que em 1913 já declarava “Eu sou um artista, não um costureiro”<sup>22</sup>. Conhecido pelo pioneirismo na abolição do uso do espartilho, o estilista era amante das artes e rodeava-se pelos artistas da época e suas obras. Em seu ateliê na *Rue Faubourg Saint Honoré*, Poiret criava vestidos de acordo com a individualidade de suas clientes em um ambiente que mais parecia um estúdio de um artista. (SVENDSEN, 2004).

---

<sup>21</sup>Período Artístico surgido no final do século XIX, que se estendeu até metade do século XX. Influenciado pela Revolução Industrial, buscando um rompimento das regras capaz de expressar a vida moderna.

<sup>22</sup>Citado em *Moda: uma Filosofia*, Svendsen, 2004 p 63.

**Figura 8 - Maison Poiret na Rue Faubourg Saint Honoré em 1910**



FONTE:<https://cpp-luxury.com/sale-of-french-couture-label-paul-poiret-buffles-todays-world-of-luxury-business/paul-poiret-boutique-on-rue-st-honore-1910/> (acessado em novembro de 2021)

A autenticidade de suas peças com cores vibrantes, estampas exclusivas e linhas simples, que valorizam o caimento do tecido, criando uma silhueta mais longa e reta, aproximando Poiret da *Art Déco*<sup>23</sup>. (SVENDSEN, 2004).

---

<sup>23</sup>Um estilo de artes visuais, arquitetura e design. Combinava estilos modernistas com habilidade fina e materiais ricos. Teve início na Europa e duração de 1910 - 1939, com seu apogeu de 1920 a 1930.

Figura 9 - “Arrow of Gold”; Vestido de Paul Poiret



FONTE:<https://www.metmuseum.org/art/collection/search/81676> (acessado em novembro de 2021)

Não era apenas por meio de sua estética que Poiret aproximava suas criações da arte. Ele dava vida a suas peças nomeando-as como obras de arte, o que antes era feito somente por números, além disso, ele deu a seus desfiles um ar teatral, dando-lhes música e cenários, e também contratou artistas renomados para pintar e catalogar suas criações, como por exemplo a publicação pintada por Paul Iribe<sup>24</sup>, chamada de *Les robes de Paul Poiret* (Os vestidos de Paul Poiret) (1908) cujo as cópias foram entregues a seus principais clientes. (SVENDSEN, 2004).

---

<sup>24</sup>Ilustrador e designer francês de artes decorativas, destacou-se na década de 1920 com trabalhos relevantes em Hollywood.

Figura 10 - Les robes de Paul Poiret, 1908 (P. 17)



FONTE: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Iribe\\_Les\\_Robes\\_de\\_Paul\\_Poiret\\_p.17.jpg](https://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Iribe_Les_Robes_de_Paul_Poiret_p.17.jpg) (acessado em novembro de 2021)

A italiana Elsa Schiaparelli, assim como seu amigo e mentor Paul Poiret, teve sua vida marcada pela aproximação com a arte e colegas artistas contemporâneos. Durante sua carreira, a estilista trouxe para a moda o movimento Surrealista<sup>25</sup>, modificando o que esperava-se de estruturas de vestuário já conhecidas. Sua primeira técnica desenvolvida foi a do *trompe l'œil*<sup>26</sup>, trabalhada em seu *Bow Sweater* (Suéter com laço) (1927), dando a ilusão ótica de um lenço sobreposto no seu suéter. Assim, ela deu a suas peças simples uma nova interpretação.

---

<sup>25</sup>Movimento artístico que enfatiza o papel do inconsciente na atividade criativa. Possui como características de estilo a combinação do representativo, do abstrato, do irreal e do inconsciente.

<sup>26</sup>Trompe-l'oeil é uma técnica artística que, com truques de perspectiva, cria uma ilusão ótica que faz com que formas de duas dimensões aparentam possuir três dimensões. Em francês significa “engana o olho”.

Figura 11 - Bow Sweater



FONTE: <https://collections.vam.ac.uk/item/O15655/cravat-jumper-elsa-schiaparelli/>  
(acessado em novembro de 2021)

Schiaparelli também mudou os desfiles feitos dentro dos ateliês de Alta-Costura, apresentando em suas coleções sazonais um só tema que inspirou suas criações, originando a metodologia que é usada até os dias atuais. Sua primeira coleção foi *Stop, Look and Listen* (Pare, Olhe e Escute) lançada em 1935, para celebrar a mudança de seu ateliê para a *21 Place de Vendôme*. (BLUM, 2003).

**Figura 12 - Maison Schiaparelli na 21 Place de Vendôme**



FONTE:<http://loveisspeed.blogspot.com/2013/02/21-place-vendome-schiaparelli.html>  
(acessado em novembro de 2021)

**Figura 13 - Vestido coleção Stop, Look and Listen**



FONTE:<http://pictify.com/197774/elsa-schiaparelli-1935-evening-dress>  
(acessado em novembro de 2021)

Além disso, a estilista trabalhou junto a Salvador Dalí para a criação de algumas de suas obras mais emblemáticas. Destacando-se o vestido de lagosta e o chapéu-sapato, lançados em 1937 nas coleções de Verão e Inverno respectivamente. O vestido contrastava cores leves e um tecido fluído como a organza, com o laranja e uma lagosta pintada a mão por Dalí, oferecendo uma oposição às leis estéticas pertencidas à moda, contaminando-a com a

arte. Já o chapéu, foge do lugar comum e leva um acessório dos pés para a cabeça, criando uma certa ironia e bagunçando os conceitos já definidos socialmente.

**Figura 14 - *The Lobster Dress***



FONTE:<https://blogs.oglobo.globo.com/florida/post/salvador-dali-schiaparelli-arte-e-moda-convergencia-em-st-petersburg.html> (acessado em novembro de 2021)

**Figura 15 - *Le Chapeau-Chaussure***



FONTE:<https://www.francyssaleh.com/single-post/2017/03/13/vlog-4-palais-galliera> (acessado em novembro de 2021)

As obras de Elsa Schiaparelli não mudaram a visão estética da moda só para o belo. Elas também representaram uma nova forma de compreender os objetos de moda e novas possibilidades de materiais para a sua confecção. Discorre Svendsen (2004, p. 67):



Enquanto Chanel representou o aspecto funcionalista do modernismo, Elsa Schiaparelli se voltou para o surrealismo e colaborou com Salvador Dalí para incorporar a moda ao movimento surrealista. Schiaparelli começou a usar novos materiais como celofane e vidro, criou chapéus moldados como sapatos e empregou cores normalmente consideradas feias – inclusive rosa-shocking. Provavelmente, foi a primeira estilista a de fato pertencer à vanguarda, e foi uma pioneira das estratégias de vanguarda usadas mais tarde pela moda, como contextualizar e descontextualizar objetos, misturar “sublime” e “ordinário” e usar cores e materiais inesperados.

**Figura 16 - Peças Elsa Schiaparelli (Acervo MET - Metropolitan Museum of Art, Nova York)**



FONTE: [https://www.metmuseum.org/toah/hd/elsa/hd\\_elsa.htm](https://www.metmuseum.org/toah/hd/elsa/hd_elsa.htm)  
(acessado em novembro de 2021)

Um outro exemplo é o estilista francês Yves Saint Laurent, que além de trazer obras de arte do movimento Pop Art<sup>27</sup> para suas peças, trouxe os ideais do mesmo para suas criações. Como com o emblemático vestido Mondrian, criado para sua coleção de Inverno de 1965

<sup>27</sup>Movimento artístico que teve início na década de 1950 na Inglaterra, cujo pretendia demonstrar com suas obras a massificação da cultura popular capitalista.



inspirado nas obras Piet Mondrian<sup>28</sup>. Na peça, Yves Saint Laurent traz uma nova silhueta, leve, acinturada e “libertadora”, fugindo das peças tradicionais da Alta-Costura, em declínio na época e quebrando barreiras existentes entre a arte e a vida cotidiana, uma vez que agora a arte encontrava-se de forma literal em sua roupa, aproximando sua criação dos conceitos da Pop Art.

**Figura 17 - Le Mondrian Dress exposto no Museu Yves Saint Laurent**



FONTE:<https://blog.parisstyleweek.com/saint-laurent-mondrian/> (acessado em novembro de 2021)

O movimento do Pop Arte marcou a passagem da Arte Moderna para a Arte Contemporânea<sup>29</sup>, essa transição ofereceu um aumento da liberdade e acesso a tecnologias aos artistas. A Alta-Costura mantém-se acompanhando esse trajeto com o surgimento do prêt-à-porter, já que agora ela perde seu viés comercial voltado para o comprador final e abre espaço para mais expressão e experimentação tecnológicas em seus ateliês.

Em 1983, o alemão Karl Lagerfeld é nomeado diretor artístico da renomada *maison* Chanel, 12 anos após a morte de sua fundadora Gabrielle “Coco” Chanel, o estilista revolucionário foi responsável pela criação do segmento prêt-à-porter da marca e pela solidificação do segmento de Alta-Costura da mesma. Segundo o site da instituição <https://www.chanel.com/pt/about-chanel/a-historia/1980/> <acessado em novembro de 2021>

<sup>28</sup>Pintor holandês modernista, criador do movimento neoplasticismo.

<sup>29</sup>Período artístico com início na metade do século XX até a atualidade, reunindo expressões e técnicas inovadoras, que incentivam a reflexão subjetiva sobre a obra de arte em seus diversos formatos.

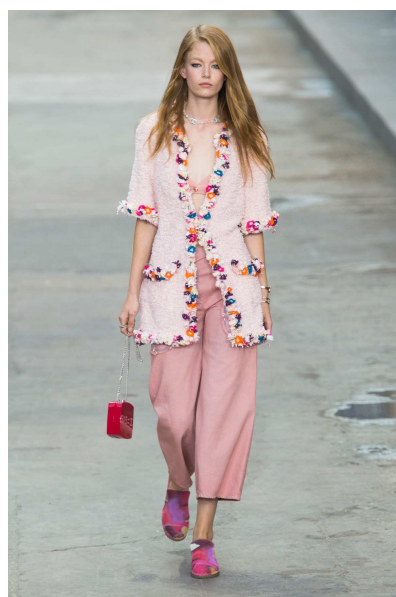
A frente da *maison* até sua morte em 2019, Karl desenvolveu de forma distinta os dois segmentos mantendo os principais signos e características da marca em suas coleções. Na Alta-Costura, através de peças extravagantes produzidas com o exímio do *savoir-faire* e possibilidades infinitas, a *maison* apresenta a sua proposta criativa para a temporada que irá começar, em seguida o prêt-à-porter que traz uma visão comercial da mesma.

**Figura 18 - Chanel Verão 2015 - Haute Couture Week**



FONTE:<https://ffw.uol.com.br/desfiles/paris/verao-2015-hc/chanel/1472729/colecao/48/>  
(acessado em novembro de 2021)

**Figura 19 - Chanel Verão 2015 - Paris Fashion Week**

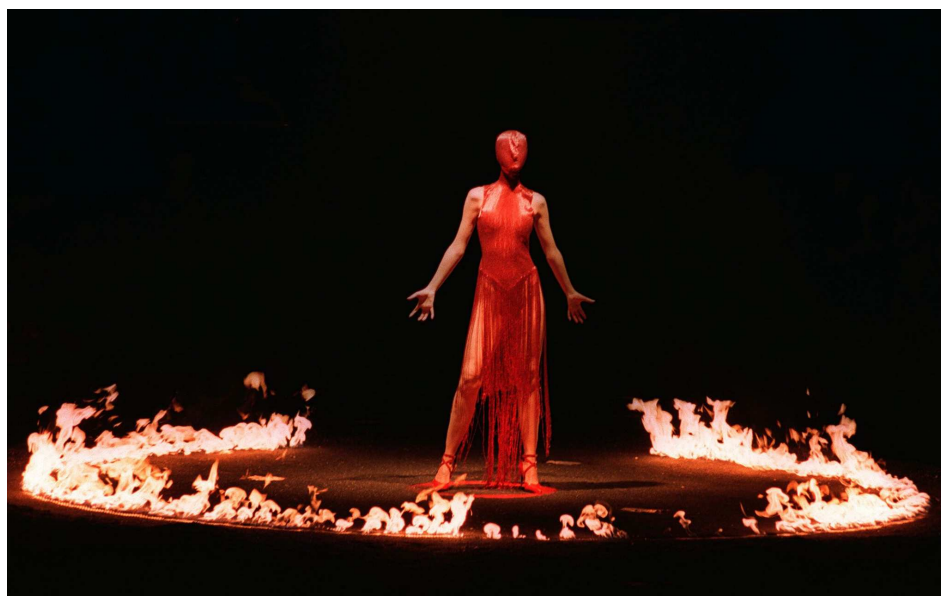


FONTE:<https://ffw.uol.com.br/desfiles/paris/verao-2015-rtw/chanel/1440262/colecao/32/>  
(acessado em novembro de 2021)

Essa divisão não somente significou à Alta-Costura uma nova interpretação de seus desfiles, que agora eram vistos como performances de moda e passaram a representar o potencial criativo e técnico de cada *maison*, ela também foi caracterizada como uma tentativa de preservar a “aura” da obra de arte para as criações da Alta-Costura, uma vez que prêt-à-porter que será reproduzido em larga escala, abrindo espaço para cópias. (SVENDSEN, 2004).

Seguindo esse movimento, em 1996, as tradicionais *maisons* Givenchy e Dior nomeiam Alexander McQueen e John Galliano respectivamente como seus diretores criativos. Transformando diversos espaços e locações na capital francesa em passarelas com cenários impecáveis e modelos desfilando com maquiagens, acessórios de cabeça, jóias e sapatos que conversam perfeitamente com as esplêndidas criações das *maisons*, os vanguardistas britânicos contribuíram na transformação dos desfiles da semana de moda de Alta-Costura em performances com estética marcante, redefinindo conceitos de *storytelling*<sup>30</sup> dos espetáculos.

Figura 20 - Givenchy Haute Couture Week Inverno 1998



FONTE: <https://ffw.uol.com.br/noticias/moda/10-anos-sem-alexander-mcqueen-relembre-seus-desfiles-mais-historicos/> (acessado em novembro de 2021)

---

<sup>30</sup>Narrativa na tradução literal do Inglês. É a capacidade de transmitir conteúdo por meio de enredo elaborado e de narrativa envolvente.

Figura 21 - Dior Haute Couture Week Inverno 2006



FONTE: <https://www.crfashionbook.com/fashion/a34500073/john-galliano-dior-never-exist-again/>  
(acessado em novembro de 2021)

Caminhando junto às mudanças sociais da virada do século XX para o século XXI, em 2006 o *Chambre Syndicale de la Haute Couture* convida a *Maison Margiela* para fazer parte de seu seleto grupo de criadores. O belga Martin Margiela introduziu a moda contemporânea novos conceitos produzindo coleções inteiras utilizando apenas o *upcycling*<sup>31</sup> e peças *vintages*<sup>32</sup>, entretanto oferecendo a qualidade e singularidade imposta para manter-se Alta-Costura. (SAILLARD, 2009).

Mantendo seu rosto em segredo, suas etiquetas lisas e enumeradas como obras de arte em galerias, Martin Margiela direciona todo o foco de seus desfiles emblemáticos em suas peças produzidas com objetos cotidianos transformados em matéria prima, costuras aparentes chamando atenção a confecção e modelagem impecáveis de suas peças e designs inovadores, assemelhando-as a peças de artes plásticas e desconstruindo a estrutura já conhecida da roupa, repensando a função, sentido e durabilidade da mesma.

<sup>31</sup>Reutilização na tradução literal do Inglês. É o processo de uso de produtos, resíduos, peças aparentemente inúteis na criação de novos produtos, sem desintegrar a peça, numa função diferente da qual o produto ou partes dele foram inicialmente projetados.

<sup>32</sup>Uma corrente da moda que busca recuperar peças de roupa e modos de vestir de períodos passados.



Figura 22 - Etiqueta *Maison Margiela*



FONTE: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search#!?q=Maison%20Margiela&offset=20&perPage=20&searchField=All&sortBy=Relevance> (acessado em novembro de 2021)

Figura 23 - Peças *Maison Margiela* (Acervo MET - Metropolitan Museum of Art, Nova York)



FONTE: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search#!?q=Maison%20Margiela&offset=20&perPage=20&searchField=All&sortBy=Relevance> (acessado em novembro de 2021)

Assim como o belga, outro nome destaque na moda contemporânea é o da holandesa Iris van Herpen, conhecida por unir tecnologia com a *savoir-faire* da Alta-Costura, por meio de peças fluídas, produzidas com materiais inovadores e impressoras 3D, inspirada pela natureza, anatomia humana e materiais alternativos, como comenta na entrevista cedida a

Rebecca Mead no na revista *The New Yorker* em 2017, reinventa a silhueta feminina e os limites impostos à roupa.

Em seu ateliê, com equipe formada por costureiras e engenheiros, Iris van Herpen produz peças de papel, metal, silicone e outras matérias primas não convencionais, criando uma espécie de laboratório de possibilidades para o vestuário. Um exemplo de sucesso foi sua coleção de inverno de 2019 na semana de Alta-Costura, que elevou os conceitos espaciais do vestuário, contando com vestidos movimentando sozinhos.

Figura 24 - Vestido Coleção Hypnosis - Haute Couture Week Inverno 2019



FONTE:<https://ffw.uol.com.br/noticias/moda/hypnosis-como-foi-feita-a-colecao-de-Alta-Costura-de-iris-van-herpen/> (acessado em novembro de 2021)

Por fim dessa análise histórica, com destaque em alguns importantes criadores, é possível observar que desde seu início, a Alta-Costura acompanhou os movimentos artísticos e tecnológicos do mundo, junto ao acesso à mão de obra extremamente qualificada, altos investimentos financeiros e uma produção quase artesanal em escala de *slow fashion*<sup>33</sup>, ela oferece espaços de expressão artísticas e experimentação tecnológica para os demais segmentos da moda.

---

<sup>33</sup>Uma corrente da moda que busca recuperar peças de roupa e modos de vestir de períodos passados.

## 4.2 *Le Savoir-Faire*

A expressão francófona, *savoir-faire* (saber fazer na tradução literal para o português) tem como significado: "Competência adquirida pela experiência na resolução de problemas práticos, na execução de um trabalho." Segundo o dicionário online Larousse, <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/savoir-faire/> <acessado em dezembro de 2021>. Representando assim, a propriedade intelectual para a produção, em diversas áreas, dos símbolos culturais franceses, podendo ser adquirida apenas por meio do ensino atrelado à tradição.

A Alta-Costura, como patrimônio parisiense, patenteia sua produção têxtil em escala semi-artesanal de seu *savoir-faire*. Conservado por mãos de obra extremamente qualificadas e técnicas centenárias, proporciona às *maisons* modelagens, bordados e acabamentos impecáveis, por meio de mãos de obra extremamente qualificadas, que contribuem diretamente com a vitalidade da Alta-Costura.

O profissional com maior competência e detenção do *savoir-faire* nas *maisons* parisienses é chamado do(a) de *premier* ou *première d'atelier* (primeiro(a) do ateliê), este possui competência técnica adquirida com no mínimo dez anos de aprendizado e fica à frente da do ateliê. A produção nas *maisons* é tradicionalmente dividida em dois ateliês, com equipes distintas, um direcionado a confecção de vestidos (*flou*) e outro direcionado a alfaiataria (*tailleur*). Cada setor possui um *premier* ou *première d'atelier* e ele é o primeiro a receber as criações que serão confeccionadas, ficando responsável por interpretar e dividir as tarefas necessárias para a confecção das peças, explica Martin e Koda (1996).

Para compreender melhor o processo dentro das *maisons* parisienses, podemos analisar a cadeia operacional de um dos símbolos da Alta-Costura. Conhecida pela expertise do *savoir-faire* e sua história, a *maison* Chanel. Fundada por Gabrielle “Coco” Chanel em 1910 na capital francesa, a marca passou pela direção criativa de Karl Lagerfeld e hoje tem a francesa Virginie Viard à frente da marca. No ateliê principal localizado no coração de Paris na 31 rue Cambon, sua produção é dividida entre *flou* e *tailleur*, contudo, a *maison* possui outros oito espaços para produções específicas, sendo esses: *maison Michel* para chapéus, *maison* Desrues e *maison* Goossens para joias, *maison* Lesage para bordados, *maison* Massaro para sapatos, *maison* Lemarié para plumagem, *maison* Lognon para plissagem e *maison* Guillet para tecidos florais. (SADEK e LAUBIER, 2015).

Figura 25 - Ateliê Chanel 31 Rue Cambon



FONTE: <https://anaclaudiathorpe.ne10.uol.com.br/2021/04/08/chanel/> (acessado em dezembro de 2021)

Dentro do ateliê, os croquis<sup>34</sup> são divididos, seguindo suas demandas de modelagem e confecção. As peças encaminhadas para o atelier de *frou* são aquelas que necessitam caimentos impecáveis e drapeados através de tecidos mais fluidos e maleáveis, já as peças encaminhadas para *tailleur* são aquelas que por meio de tecidos mais rígidos, exigem modelagens e ajustes perfeitos ao corpo. O próximo passo, é iniciar a modelagem, produzindo o *toile*, que é o protótipo inicial na construção da peça, ele pode ser produzido em entretela<sup>35</sup>, musseline<sup>36</sup> ou algodão cru<sup>37</sup>, dando as dimensões corretas e possibilitando os ajustes ao corpo da cliente ou modelo de prova (no caso de produções para a semana de moda). (MARTIN e KODA, 1996).

Peres e Mariotti (2009) explicam que o processo de produção de uma peça de Alta-Costura demanda uma vasta quantidade de provas até a sua aprovação. O primeiro processo é a aprovação do *toile*, que só é concedida quando o mesmo encontra-se no caimento de medidas ideal, demandando várias provas para o aperfeiçoamento. Em seguida, a peça é cortada e alinhavada no tecido final, os detalhes de bordado, joalheria e plumagem chegam de

<sup>34</sup>Desenho de moda, não necessita muita precisão, registro rápido de uma ideia.

<sup>35</sup>Material têxtil, produzido de TNT (tecido não tecido), dependendo da gramatura, ideal para modelagem tridimensional de peças estruturadas.

<sup>36</sup>Tecido leve e transparente feito de algodão, ideal para a produção de modelagens tridimensionais com drapeados e caimentos fluidos.

<sup>37</sup>Tecido feito de algodão, com toque áspero e sem tingimento, muito utilizado na produção de modelagens tridimensionais.



suas determinadas *maisons* e são também alinhavados as peças, depois da quantidade necessária de provas, que varia pela complexibilidade da peça, a mesma é aprovada e encaminhada a sua produção dentro do ateliê.

Figura 26 - Peças em *toile* na moulage e depois confeccionado na modelo de prova



FONTE: <https://periodicos.udesc.br/index.php/modapalavra/article/download/7808/5376>  
(acessado em dezembro de 2021)

Esses processos minuciosos agregam a Alta-Costura um valor de exclusividade inestimável, promovendo uma valorização da tradição do *savoir-faire*, proporcionando a eternização do artesanato e dos saberes manuais do vestuário. O trabalho feito pelos *petites mains*<sup>38</sup> dentro das *maisons* parisienses, fortalece a importância do artesão para as criações de moda, dando-lhes um caráter artístico e único que vai na contramão do *fast fashion*<sup>39</sup> e do *prêt-à-porter*.

## 5 Alta-Costura PARA QUEM?

Lipovetsky, 1987, discorre que, de sua criação em 1858 até a década de 1960, a Alta-Costura possuía compradores espalhados por todo o mundo e uma influência relevante na economia francesa da época. Entretanto, com o surgimento do *prêt-à-porter*, o segmento

<sup>38</sup>Na tradução literal do francês, as pequenas mãos, o termo refere-se aos artesãos extremamente qualificados que trabalham nas *Maisons* de Alta-Costura.

<sup>39</sup>Um padrão de produção e consumo no qual os produtos são fabricados, consumidos e descartados rapidamente.

tornou-se cada vez mais exclusivo e redirecionou suas vendas e consumidores finais. Hoje, conta com apenas quatro mil clientes diretos, estes, consideram as peças de Alta-Costura objetos de arte, considerando-se assim, colecionadores. Segundo entrevista da revista Vogue UK em 2020: <https://www.vogue.co.uk/fashion/gallery/couture-clients> <acessado em janeiro de 2021>

Mesmo com peças avaliadas em até cem mil dólares, as vendas da Alta-Costura representam muito pouco em retorno financeiro para as marcas e grandes grupos à frente das *maisons* parisienses. Um exemplo é a *maison* Dior que representa apenas 4% das vendas totais do grupo LVMH<sup>40</sup>, a que pertence. O real retorno financeiro da Alta-Costura para os grandes grupos e marcas está como ferramenta de marketing, colaborando para manter o desejo e nome das mesmas para o grande público. (POSNER, 2011)

Assim como os consumidores, os desfiles de Alta-Costura mudaram muito do seu início até a atualidade. Os primeiros desfiles dentro das *maisons*, estes antes tinham principal intuito a venda direta para seus compradores, apresentando-lhes os modelos, cores e caimentos disponíveis para aquela estação. Hoje, os desfiles da semana de moda de Alta-Costura são considerados grandes espetáculos de moda e convertem suas vendas majoritariamente para o *prêt-à-porter* de suas marcas.

Seguindo como exemplo a *maison* Dior, fundada por Christian Dior em 1946, hoje com a italiana Maria Grazia Chiuri, primeira mulher à frente da marca, como sua diretora criativa. Marca que em 2017, foi totalmente incorporada pelo grupo LVMH, conta com o setor da Alta-Costura, *prêt-à-porter* feminino, masculino e infantil e mais oito distintos setores dentro do mercado de luxo. A mesma está presente em diversas semanas de moda e feiras mundiais do setor, contudo suas duas apresentações anuais na semana de moda de Alta-Costura tem sempre destaque. Elas fortalecem a imagem de exclusividade, expertise do *savoir faire* e carregam a identidade da marca voltada em criar peças femininas que enfatizam a beleza da mulher.

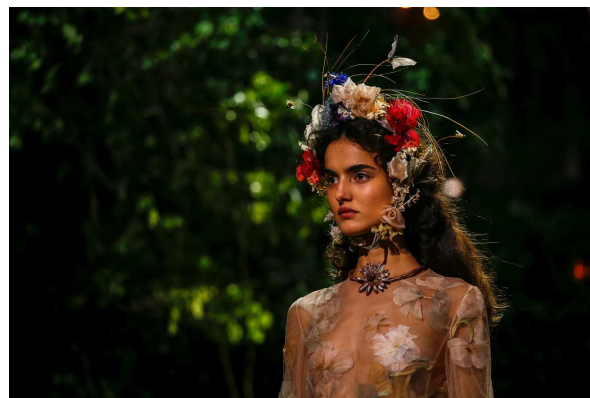
Em seu primeiro desfile de Alta-Costura para Dior, na semana de primavera/verão de 2017, Maria Grazia Chiuri, transformou o Museu Rodin em Paris em um verdadeiro jardim, inspirada na natureza e com o desejo de manter a fantasia e a atmosfera de sonhos que a Alta-Costura carrega. Comenta a estilista para a revista Vogue em 2017:

---

<sup>40</sup>Moët Hennessy Louis Vuitton SE. Holding francesa, especializada em artigos de luxo.

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2017-couture/christian-dior> <acessado em dezembro de 2021>

Figura 27 - Desfile Dior Haute Couture 2017



FONTE:<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2017-couture/christian-dior> (acessado em dezembro de 2021)

Criando cenários únicos, com matéria prima diversa, nos principais museus e espaços exclusivos na capital francesa, com o auxílio de equipes extremamente qualificadas de audiovisual e beleza e algumas das modelos mais famosas do mundo. A semana de moda de Alta-Costura de Paris acontece duas vezes ao ano, em janeiro com as coleções primavera e verão e em agosto com as coleções outono e inverno, ela dá início ao calendário de moda anual e possui duração média de 4 dias. Até a semana de primavera-verão de 2020, as marcas deveriam apresentar 70 composições, em que 35 são diurnos e 35 noturnos, em espetáculos restritos que depois eram apresentados de forma virtual para o público geral. Contudo, em virtude da pandemia no mesmo ano, a semana foi adaptada para apresentações virtuais (dependendo da região e das orientações locais para a quantidade de convidados presenciais), sem limitação na quantidade de looks. (<https://hautecouture.fhcm.paris/en/> <acessado em dezembro de 2021>).

Os desfiles de Alta-Costura caracterizam-se como espetáculos de cross-mídia<sup>41</sup>, onde revistas, televisão e principalmente contas influentes nas redes sociais se cruzam, promovendo visibilidade para as marcas. Atingindo assim, seu principal objetivo, de passar para o público consumidor as principais tendências de moda para as próximas coleções. Seguindo o conceito de *trickle-down*<sup>42</sup>, as referências da semana de moda de Alta-Costura promovem inovações e

<sup>41</sup>Estratégia de marketing, onde uma ação é exibida em diversos canais de comunicação, onde a mesma campanha é apresentada de forma única e complementar.

<sup>42</sup>Quando as tendências de moda surgem de ambientes exclusivos e privilegiados para as massas.

inspirações para todos os setores do mercado de moda, interferindo diretamente nos hábitos de consumo da sociedade em geral, partindo da Alta-Costura, chegando primeiro o *prêt-à-porter* de luxo até o mercado em massa. Contudo, o setor também sofre interferência direta do movimento de *bubble up*<sup>43</sup>, recebendo influência da moda de rua subindo até a Alta-Costura. (DUGAN, 2015).

Figura 28 - Movimento Bubble Up e Trickle-Down



FONTE: POSNER (2011, adaptado pela autora).

Desta forma, a Alta-Costura recebe investimentos para manter-se forte e relevante no mercado de moda mundial. Mando-se inacessível a população geral, limitando o contato direto com as peças produzidas nas *maisons* parisienses aos grandes desfiles da semana de moda de Alta-Costura e aos acervos de alguns dos maiores museus do mundo, contudo, viva no imaginário do mesmo, destacando-se por sua autenticidade, diferenciação e inovação, atrelada a extrema valorização do raro.

<sup>43</sup>Quando as tendências de moda surgem das massas para os ambientes exclusivos e privilegiados.

## 6 CONCLUSÃO

Ao longo deste trabalho, que propôs uma análise crítica da Alta-Costura, desde seu surgimento junto à moda moderna em meados do século XIX até a atualidade, compreendendo seu desenvolvimento, suas especificidades e paralelos, sendo possível identificar o valor histórico, relevância artística e importância cultural do seguimento para o mercado de moda.

Tendo início junto a fundação da *maison* Worth, em Paris, a Alta-Costura contribuiu historicamente para a estruturação dos processos de moda e da profissão do estilista. Com sua história marcada inicialmente por prosperidade econômica e um crescimento acelerado, enfraqueceu-se durante a segunda guerra em 1940 e após a mesma com o surgimento do *ready to wear* americano. Em resposta a esses acontecimentos, o segmento necessitou reestruturar-se, mantendo-se um dos maiores símbolos da indústria de luxo mundial.

Acompanhando sua história, de 1958 até hoje, o *Chambre Syndicale de la Haute Couture* rege e regulamenta o funcionamento do segmento. Com sede em Paris, ele certifica que as marcas pertencentes ao mesmo cumpram a série de rígidas regras impostas às mesmas, em 1945, protegendo a patente da Alta-Costura. Contudo, na década de 1990, o avanço do *prêt-à-porter* apresenta-se como uma ameaça e criam-se novas regras abraçando agora novos membros, nomeando-os: permanentes, correspondentes e convidados. Assim, a instituição mantém-se contribuindo de forma direta no fortalecimento do sentimento de exclusividade que acompanha o segmento até a atualidade.

Definida como um patrimônio parisiense, a Alta-Costura movimentou de forma relevante a economia francesa, mesmo não sendo caracterizada como uma produção de escala industrial, a mesma trouxe ao mercado uma nova possibilidade de produção, unindo a criação à possibilidade de reprodução em escala. Entretanto, na década de 1960, com o surgimento do *prêt-à-porter*, ela rompe com suas amarras comerciais e passa por uma mudança estrutural, aproximando-se da estrutura que conhecemos hoje. Dando ao segmento uma liberdade criativa semelhante à arte.

Os grandes estilistas à frente das *maisons* parisienses e suas criações são reflexos dessa liberdade criativa. Eles caminham junto aos movimentos artísticos e de expressão da sociedade, desde o início da Alta-Costura até a atualidade, atribuindo a suas peças características de obra de arte, ao mesmo tempo que abrem portas para novas tecnologias e

mantêm técnicas centenárias através de suas criações. Permitindo assim, a aproximação das *maisons* em grandes laboratórios de moda, permitindo-às apresentar novas técnicas e futuras tendências ao mercado de moda.

O principal atributo que permite à Alta-Costura tantas possibilidades tecnológicas e criativas, junto ao alto investimento financeiro do mercado de luxo, é o *savoir-faire*. A expressão francófona, representa as tradicionais habilidade manuais de confecção do vestuário, cultivadas de forma centenária. Elas estão presentes durante toda a confecção das peças, garantindo a vitalidade e eternização desses processos, valorizando a mão de obra artesã e trazendo uma visão direta da interferência humana na produção de artigos de moda, afastando-se do conceito de industrialização do *fast fashion* onde as peças são consideradas "descartáveis" e passageiras.

Contudo, essas peças, classificadas como obras de arte, afastam-se do público consumidor geral, uma vez que, em resposta aos valores elevados, só possuem cerca de quatro mil compradores. Sua principal plataforma de exposição são os desfiles durante a semana de moda de Alta-Costura que ocorre duas vezes ao ano em Paris. Esses desfiles, estruturados como grandes espetáculos, não dão retorno financeiro direto ao segmento de Alta-Costura de suas marcas, eles representam as propostas conceituais que as mesmas têm para a nova estação e influenciam diretamente no setor de *prêt-à-porter* de luxo. Seguindo essa estrutura, as peças, códigos e tendências apresentadas interferem em todos os setores do mercado de moda fazendo o movimento de *trickle-down*.

Dessa forma, o presente trabalho apresenta a relevância histórica, artística e cultural da Alta-Costura para o mercado de moda. Uma vez que sua história caminha junto e influencia diretamente a moda moderna, desde a criação da profissão do estilista aos nossos hábitos de consumo; com o surgimento de desfiles, técnicas de criação, lançamentos sazonais e o surgimento dos desfiles de moda. Ela também aproxima e abre espaço para a arte no mercado de moda, uma vez que o segmento conta com estrutura, investimentos financeiros, liberdade comercial e habilidades manuais que auxiliam na criação de peças similares a obras de arte, tornando-se um respiro criativo para o mercado de moda. E por fim, culturalmente, além de moldar estruturas padrões da cadeia de moda, ela interfere diretamente nas principais tendências e tecnologias que serão consumidas ao longo dos anos.

Com as considerações feitas nesta pesquisa, outros estudos poderão surgir a forma de dar continuidade a estes, como de aprofundamento na história da Alta-Costura e seus períodos



ou análise das criações e trajetórias de alguns dos principais estilistas do segmento, já citados no presente trabalho. A pesquisa ainda pode fundamentar próximos estudos sobre a relevância e atuação do *Chambre Syndicale de la Haute Couture*, as principais diferenças entre o *prêt-à-porter* de luxo e a Alta-Costura, a classificação das peças produzidas nas *maisons* parisienses como obras de arte, a valorização do artesão e eternização do trabalho manual através *savoir-faire* e os desfiles de Alta-Costura como estratégia de marketing para os grandes grupos de luxo.

## REFERÊNCIAS

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica.**

Lisboa: Relógio D'água, 1992.

BLUM, Dylis E. **Elsa Schiaparelli.** Paris: Musée de la Mode et du Textile, 2004.

COSTA, Dhora. **Alta-Costura, aura e reprodutibilidade técnica.** Contemporânea, Edição 22, Volume 11, Número 2, 2013.

CARY, Alice. **The Lockdown on the World 's Most Notable Couture Clients, Past & Present.** Vogue UK, Londres, 2020.

DEBOM, Paulo. **Worth, o precursor da Alta-Costura.** Artigo, Volume 10, Número 21, Maio, 2017.

DUGAN, Ginger Gregg. **The Greatest Show on Earth: A Look at Contemporary Fashion Shows and Their Relationship to Performance Art.** The Museum of Art in Fort Lauderdale, Florida, 2015.

FLICK, Uwe. **Introdução à Pesquisa Qualitativa.** São Paulo: Artmed, 3ª Edição, 2009.

GAUDYN, Weronika. **Study of Haute Couture Fashion Shows as Performance Art.** University of Akron, Ohio, 2018.

GRUMBACH, Didier. **Histórias da Moda.** São Paulo: Editora Cosac & Naify, 2009.

GILL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa.** São Paulo: Editora Atlas, 2002

LAPRADE, Maxime. **Haute Couture et Expositions Universelles 1900-1925**. Lettres Sorbonne Université, Paris, 2017.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

LIPOVETSKY, Gilles; ROUX, Elyette. **O Luxo Eterno: da idade do sagrado ao tempo das marcas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

LOPES SALGADO, Kledir Henrique. **O luxo e a Alta-Costura: Uma análise semiótica**. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.

MARQUES SILVA, Rita Maria. **Alta-Costura e as Aproximações da Moda com a Arte**. Universidade da Beira Interior, Covilhã, 2018.

MARTIN, Richard; KODA, Harold. **Haute Couture**. The Metropolitan Museum of Art, New York, 1996.

MEAD, Rebecca. **Iris van Herpen's Hi-Tech Couture**. The New Yorker, New York, 2017.

MOREIRA CABRAL, Kênia. **A linguagem da moda: uma história de revoluções - da Alta-Costura ao Prêt-à-Porter (1858-1960)**. Universidade do Sul de Santa Catarina, Palhoça, 2006.

MOWER, Sarah. **Christian Dior Spring Couture 2017**. Vogue, New York, 2017.

OLDS, Lauren. **World War II and Fashion: The birth of the New Look**. Illinois Wesleyan University, Chicago, 2001.

PERES, Graziela; MARIOTTI, Paolo. **Paixão à La Mode**. Revista Mag FFW. n.o 14, p. 166-229, 2009.

POUILLARD, Véronique. **Managing fashion creativity. The history of the Chambre Syndicale de la Couture Parisienne during the interwar period**. University of Oslo, Oslo, 2015.

POSNER, Harry. **Marketing Fashion**. Laurence King, Londres, 2011

REFOSCO, Ereany; OENNING, Josiany; NEVES, Manuela. **Da Alta-Costura ao Prêt-à-porter, da Fast Fashion a Slow Fashion: um grande desafio para a Moda**. Modapalavra, Universidade do Minho, 2011.



SADEK, Désirée; DE LAUBIER, Guillaume. **Inside Haute Couture**. Nova York: Abrams, 2015.

SANT'ANNA-MULLER, Mara Rubia. **Prêt-à-Porter, discussões em torno de seu surgimento e relação com a Alta-Costura francesa**. Projética revista científica de design, Universidade Estadual de Londrina, 2011.

SAILLARD, Olivier. **Martin Margiela: The Inventor of Style**. Nova York, 2009.

STEELE, Valerie. **Paris, Capital of Fashion**. Nova York; Londres: Bloomsbury Visual Arts, 2019.

SVENDSEN, Lars. **Moda: uma filosofia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

TUPINÁ, Elisa Araújo; FILHO, Adair Marques. **As Influências da Pop Art na Moda dos anos de 1960: Uma Análise Preliminar de Criações de Yves Saint Laurent**. 5º ENPModa: 2015

VEILLON, Dominique. **Moda & Guerra: um retrato da França ocupada**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2004.