



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

ARÍCIA JÉSSICA NEPOMUCENO GOUVEIA FREIRE NASCIMENTO

**OS PRINCÍPIOS DA ALTA COSTURA APLICADOS À MARCA LUNEE
COUTURE**

FORTALEZA

2017

ARÍCIA JÉSSICA NEPOMUCENO GOUVEIA FREIRE NASCIMENTO

**OS PRINCÍPIOS DA ALTA COSTURA APLICADOS À MARCA LUNEE
COUTURE**

Artigo apresentado ao Programa de Graduação em Design-Moda da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Design-Moda.

Orientadora: Prof. Ma. Walkíria Guedes Souza.

FORTALEZA

2017

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

N193p Nascimento, Arícia Jéssica Nepomuceno Gouveia Freire.
Os princípios da alta costura aplicados à marca Lunee Couture / Arícia Jéssica Nepomuceno Gouveia Freire Nascimento. – 2017.
20 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de cultura e Arte, Curso de Design de Moda, Fortaleza, 2017.
Orientação: Prof. Ma. Walkíria Guedes Souza..

1. Alta Costura. 2. Criação. 3. Worth. I. Título.

CDD 391

ARÍCIA JÉSSICA NEPOMUCENO GOUVEIA FREIRE NASCIMENTO

**OS PRINCÍPIOS DA ALTA COSTURA APLICADOS À MARCA LUNEE
COUTURE**

Artigo apresentado ao Programa de Graduação em Design-Moda da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Design-Moda.

Orientadora: Prof. Ma. Walkíria Guedes Souza.

Aprovada em: 10/07/2017.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Ma. Walkíria Guedes Souza (Orientadora)

Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Esp. Joelma Damasceno de Matos

Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Ma. Maria do Socorro de Araújo

Universidade Federal do Ceará (UFC)

OS PRINCÍPIOS DA ALTA COSTURA APLICADOS À MARCA *LUNEE COUTURE*

NEPOMUCENO, Arícia Jéssica; Universidade Federal do Ceará,
aricianepomuceno@hotmail.com

SOUZA, Walkiria Guedes de; Universidade Federal do Ceará,
walkiria.guedes@ufc.br

Resumo

O presente estudo tem como objetivo compreender como surgiu a Alta Costura, que órgão a rege, entender as diferenças entre a Alta Costura francesa e o que é considerado Alta Costura no Brasil e, por fim, compreender a aplicação - ou não - de seus conceitos em uma marca fortalezense. Para tanto, foi utilizada pesquisa bibliográfica e estudo de caso da marca *Lunee Couture*. Através da análise de dados coletados, foi possível constatar que a marca não pode ser considerada Alta Costura, porém, segue alguns princípios, como os trabalhos manuais e a forma como se dedica aos seus produtos. Não se pode falar na existência de Alta Costura nos padrões franceses no Brasil, pois em nosso país esse tipo de moda ainda é pouco desenvolvida e são poucos os estilistas que destinam suas marcas a produção de roupas nesse estilo.

Palavras-chave: Alta Costura. Criação. Worth.

ABSTRACT

The purpose of this study is to understand how Hight Seam has emerged, which organization governs, to understand the differences between Hight Seam in France and what is considered Hight Seam in Brazil and, finally, to understand the application - or not - of its concepts in a strong Fortaleza's brand. For this, a bibliographic research and a case study of the brand Lunee Seam were used. Through the analysis of data collected, it was possible to verify that the brand can not be considered Hight Seam, however, it follows some principles, such as manual work and the way it dedicates to its products. Can not be spoken of the existence of Hight Seam in the French standards in Brazil, because in our country this type of fashion is still underdeveloped and few stylists who design their brands to produce clothes in this style.

Keywords: High Seam. Creation. Worth.

1. INTRODUÇÃO

A Alta Costura ocupa um grande espaço no campo da moda. Teve sua origem na França através do costureiro Charles Frederick Worth em 1858 e se destaca pelo seu trabalho utilizando técnicas artesanais de corte, costura e

bordados, produzindo peças únicas e sob medida. Exerce grande influência no campo da moda e das artes, através de seus desfiles nas semanas internacionais de moda, momento em que apresenta as novas tendências em materiais, formas, cores, texturas entre outras importantes informações. Lipovetsky (1989), no seu livro *O Império do Efêmero*, afirma que “a organização da moda tal como a conhecemos hoje, pelo menos em suas grandes linhas: sazonalidade, apresentação de coleção em modelos vivos e o “status do costureiro”, aparecem com o surgimento da Alta Costura. Porém, nem todas as pessoas conhecem a Alta Costura, mas muitos já ouviram falar sobre o tema em algum momento.

A necessidade de esclarecimento deste assunto partiu da observação da existência de pouca bibliografia a respeito deste tema e do interesse pessoal, além de entender que a temática é de grande relevância, visto que muitas áreas da moda são influenciadas pela Alta Costura francesa pela ênfase do 'feito à mão' e de serem trajes luxuosos.

Neste sentido, este estudo objetiva compreender como surgiu e se desenvolveu a Alta Costura francesa ao longo dos anos, que órgão a rege, quais as suas características e quais os critérios utilizados por este órgão para selecionar os seus membros, entender as diferenças entre a Alta Costura regulamentada e o que é considerado Alta Costura no Brasil e, por fim, compreender a aplicação - ou não - dos conceitos da Alta Costura em uma marca fortalezense.

Desse modo, este estudo buscou analisar a marca fortalezense *Lunee Couture*, com o intuito de entender se esta utiliza alguns princípios da Alta Costura francesa e se é possível falar em Alta Costura brasileira.

Para dar forma a este trabalho, foram utilizadas as seguintes metodologias: pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e estudo de caso.

Por meio de pesquisa realizada em trabalhos de autores como Gilles Lipovetsky (1989), Braga (2005), James Laver (2008), Costa (2013), Troy (2003) e Callan (2007) que abordam o tema Alta Costura, e também outros autores não menos importantes, foi possível constatar assuntos ligados ao tema.

A partir da pesquisa, fica possível entender as diferenças entre a Alta Costura regulamentada e o que é considerado Alta Costura no Brasil.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Surgimento da Alta Costura

No século XIX, a França já detinha grande reconhecimento por possuir artesãos habilidosos e inventivos, utilizar materiais de excelente qualidade e por conter métodos de produção eficazes e precisos. Toda essa qualificação despertava grande interesse e desejo pela perfeição, exclusividade e beleza que as peças francesas carregavam. Elas eram entendidas como únicas, pouco acessíveis, e promoviam a distinção social (ROCHE, 2008, p. 56).

Após a Revolução Industrial, e com a invenção da máquina de costura, tornou-se muito mais fácil para a população das classes baixas e para a burguesia industrial – que neste momento obteve grande poder aquisitivo - copiar as vestimentas utilizadas pela nobreza e pela aristocracia. Visando mais uma vez fazer a diferenciação entre nobreza e “massa” é que surge a Alta Costura.

Até o início da Era Vitoriana, entre 1897 e 1901, período governado na Inglaterra pela rainha Vitoria, as clientes é que determinavam tudo que deveria ser confeccionado, desde o tecido a ser utilizado até o modelo a ser costurado. Mas alfaiates, costureiras, bordadores e tingidores já tinham uma posição de destaque, pois eram responsáveis por expressar em roupas, através das suas habilidades, a elegância e o espetáculo da vida na corte, bem como causar a melhor impressão possível dos nobres que as vestiam.

Porém, surge o conceito de Alta Costura. Esse é o momento em que o costureiro se liberta da manipulação da cliente e passa a oferecer o seu produto, a sua criação, e passa a ter o status de criador de arte. Essa mudança na moda se dá em meados do século XIX, na França, através de um inglês radicado em Paris, chamado Charles Frederick Worth (COSTA, 2013, p. 77-80), conforme figura 1.

Figura 1—Charles Frederick Worth



Fonte: <http://modahistoria.blogspot.com/2008/06/worth-pai-da-alta-costura.html>

Worth revolucionou a moda da época ao desenvolver peças de vestuário e assiná-las, como uma obra de arte. Ele conferiu status de artista aos costureiros, ‘Dessa maneira, entrou para a moda o prestígio do artista, o criador de moda, que exteriorizava seus gostos e suas vontades no processo de elaboração das roupas, dando o aval de seu prestígio ao assinar a sua criação’ (BRAGA, 2005, p. 64).

O costureiro dizia o seguinte: ‘meu trabalho, não é apenas executar, mas principalmente criar. A criação é o segredo de meu sucesso. Não quero que as pessoas encomendem suas roupas. Se encomendassem, eu perderia metade de meu comércio’ (GRUMBACH, 2009).

Worth passa a vestir toda a prestigiada sociedade parisiense, incluindo a imperatriz Eugénie, que era casada com Napoleão III. Ela exercia influência direta e imediata na moda. Worth criava peças únicas e sob encomenda para suas clientes mais importantes, bem como uma grande variedade de peças, apresentadas em modelos-vivos na Maison “Worth & Bobergh”, sua primeira casa, na *Rue La Paix*, inaugurada em 1857. Era também nesta Maison que Worth recebia as interessadas em adquirir suas roupas, com exceção da imperatriz Eugénie, que era atendida especialmente em sua residência. Era ele também quem selecionava as clientes, escolhendo quem teria um vestido feito por ele. E não era qualquer pessoa com posses que podia ser uma nova cliente do Worth, tinha que ser alguém apresentado a ele por uma cliente habitual da Maison (LAVÉ, 2008, p. 100).

Figura 2 – Vestida criado por Worth



Fonte: <http://modahistoria.blogspot.com/2008/06/worth-pai-da-alta-costura.html>

O nome de Worth aparecia com frequência nas revistas de moda da década de 1870, espalhando sua fama para além dos círculos da corte francesa. Muitas mulheres ricas de outros países viajavam para a França para adquirir vestidos criados por Worth. Neste período, estabelece-se a contradição do exclusivo e do fabricado em quantidade, pois é também nesse momento que a produção em massa ganha força nas classes menos abastadas. Já o exclusivo, o único, se difunde cada vez mais entre os ricos e nobres, pois estes precisavam se distanciar definitivamente da imitação vulgar, e a alta costura então vai ganhando cada vez mais força e prestígio. O estilista estava se transformando no artista (WILSON, 1989, p. 48).

Ao propor modelos confeccionados sob medida aos clientes, Worth firma-se como criador justamente no período em que nascia a industrialização em grande escala e em que se promovia a ascensão de uma burguesia disposta a renovar seus trajes pelas mãos especializadas de um sujeito que garantia o “exclusivo” (CASTILHO; MARTINS, 2008, p. 34).

Embora não tenha sido o único costureiro a trabalhar com peças únicas e artesanais, por conta da sua autopromoção, recebeu o título de “pai da Alta

Costura”.

Worth revolucionou ainda mais, pois é atribuída a ele a idéia de uma etiqueta, tendo o seu nome bordado e costurado às peças.

Figura 3 – Etiqueta com assinatura de Frédéric Worth



Fonte: <http://modahistoria.blogspot.com/2008/06/wort-pai-da-alta-costura.html>

Outra idéia foi a apresentação de coleções sazonais que determinavam o surgimento de uma moda para o verão e outra para o inverno (SEELING, 2000).

Ele foi também um dos primeiros costureiros a apresentar os vestidos confeccionados em jovens, denominadas de sósias, que desfilavam para as clientes da Maison.

2.2 A criação da *Chambre Syndicale de la Haute Couture*

A Alta Costura influenciou com seu poder, como formadora de opinião na arte, criação e inspiração no mundo da moda. Para manter seu status de exclusividade e suas patentes, já que agora lidavam com artes, e não somente com meras roupas, Worth criou um sindicato ligado ao Ministério da Economia que protegia por leis de patentes a criação da Alta Costura. Nesse sentido, a assinatura do criador introduziu uma nova dimensão para o negócio da moda pelo fato de identificar uma entidade corporativa, onde o nome da pessoa e o da marca torna-se um só (TROY, 2003).

A *Chambre Syndicale de la Haute Couture* é composta por um pequeno grupo de profissionais filiados, com sede em Paris, e obedecendo a critérios

estabelecidos.

A organização determina que as *maisons de couture* devem empregar, no mínimo, vinte pessoas nos ateliês; devendo ainda mostrar para a imprensa reunida em Paris, no mínimo, cinquenta modelos originais para as coleções de primavera/verão (apresentadas em janeiro) e para o outono/inverno (em julho). As criações exibidas podem tanto ser feitas para clientes da respectiva casa como vendidas para compradores autorizados, em moldes de papel ou de tela (CALLAN, 2007, p. 158-159).

Uma curiosidade é que a *Chambre Syndicale* só considera cliente aqueles que consomem produtos de alta costura assiduamente. Tanto é que a quantidade de clientes de Alta Costura gira em torno de um pouco mais de 200 pessoas no mundo todo. Aqueles que compram eventualmente são considerados apenas compradores.

Segundo o site *Mode à Paris –Fédération Française de La Couture du Prêt-à-Porter des Couturiers and Créateurs de Mode*, compõem a *Chambre Syndicale de la Haute Couture*,

Apenas as empresas designadas como casas de alta-costura. Haute Couture é um rótulo legalmente protegido e controlado que só pode ser utilizada pelas casas de moda as quais foram concedidas a designação pelo Ministério da Indústria francês. O grupo de empresas que goza o rótulo Haute Couture é revisado anualmente.
(<http://www.modeaparis.com/en>)

Essa é uma forma de controlar a produção de roupas de Alta Costura e de garantir a originalidade e exclusividade dos produtos.

Hoje, conforme o site oficial *Mode à Paris*, a Casa é composta por grifes permanentes, como Dior, Chanel, Christian Lacroix, Jean Paul Gaultier e Givenchy; grifes correspondente, que são as grifes que representam perfeitamente a Alta Costura em seus países e que possuem endereço oficial, como Valentino e Giorgio Armani (Itália) e Elie Saab (Líbano); e existem ainda os 'convidados', que fazem um *prêt-a-porter* (pronto para usar) de luxo com *know-how* (conhecimento) de alta costura. Se a casa entender que a coleção dos convidados não está como o esperado, é cancelado o convite.

A lista de membros é revisada anualmente. E para garantir a qualidade das peças, o Sindicato mantém uma escola desde 1928, onde são ministrados cursos

de estilismo e modelagem para costureiros e criadores.

As casas de Alta Costura trabalham com tecidos luxuosos, especiais, exclusivos e de alta qualidade. As técnicas artesanais são o seu ponto forte, desde a criação, modelagem e montagem das peças, quase tudo manual, bordados e aplicações que levam dias, até meses para serem confeccionados. Várias provas nas roupas são realizadas até que esteja no ponto para que sejam concluídas. A exclusividade da peça é garantida pela *Maison*, esta não fará outra igual.

2.3 A Alta Costura no Brasil

Nos anos de 1930, surge no Rio de Janeiro como uma loja de peles, a Casa Canadá, dirigida por Jakob Pelik, que posteriormente convida as irmãs Mena Fiala e Cândida Gluzman para comandarem a nova sede, oferecendo produtos como roupas importadas, tecidos, palhas e feltros (Rangel, 2010). O sucesso de vendas foi tanto, que em 1944 a casa inaugurou a linha Canadá de Luxo, onde a coleção era concebida com tecidos importados para atender os desejos da elite brasileira de vestirem peças de alta costura. Para esta elite, era preciso adotar os padrões franceses de se vestirem e se comportarem para fazer jus ao lugar social que ocupavam na sociedade.

De acordo com Seixas (2002, p. 85), a Casa Canadá foi uma das responsáveis no país “pela sistematização de reprodução, e de interpretação de modelos estrangeiros, dos métodos de criação e da introdução do prêt-à-porter brasileiro”.

Mena Fiala foi a responsável pelos primeiros desfiles de moda no Brasil, iniciando na inauguração, em 1944, da Canadá de Luxo.

Nos anos 1950, as casas de moda eram uma tendência no Brasil. Outros nomes foram surgindo, como Madame Rosita, Casa Sloper, Casa Vogue, e foram se estendendo até os dias atuais. Hoje podemos encontrar *Maisons* de Costura espalhadas por todos os estados brasileiros.

Segundo o site Cultura Mix, o estilista Gustavo Lins passou a fazer parte da *Chambre Syndicale de la Haute Couture* em 2006. Para tanto, trabalhou como

estilista nas grifes John Galliano, Jean Paul Gaultier e Louis Vuitton, até chegar a Kenzo, com cargo fixo na produção de peças masculinas e femininas. Na sequência, abriu seu próprio negócio após adquirir experiência até chegar ao sindicato. Hoje, Gustavo Lins é o único nome de toda a América Latina a compor o corpo de estilistas que se apresenta na Semana de Alta Costura de Paris (CULTURA MIX, 2017).

2.4 A Alta Costura nos dias atuais

Como no século XIX, ainda hoje a Alta Costura é acessível apenas à elite. Quando do surgimento da Alta Costura, os desfiles que aconteciam na época para que os estilistas apresentassem suas criações ocorriam dentro dos salões das *maisons* (casas) de costura, para um público de duzentas pessoas, em média, entre clientes e jornalistas, e num clima de mistério, como um verdadeiro ritual. E essa atmosfera de mistério perdurou por muito tempo, tanto que, já por volta dos anos 1950-1960, havia ainda o chamado “prazo de release”, onde a imprensa deveria aguardar três meses, a partir do dia de lançamento de um desfile, modelo ou coleção, para poder divulgá-lo (SOUZA, 2004, p. 10).

Hoje, graças à evolução das mídias, os desfiles são transmitidos imediatamente pelos canais televisivos. A Alta Costura tornou-se um verdadeiro espetáculo e as modelos são estrelas que dão vida às obras de arte criadas pelos estilistas. Apesar de a maioria da população não ter acesso às peças de Alta Costura, hoje se têm acesso, pelo menos, às imagens dos grandes desfiles.

A Alta Costura vem se mantendo viva e forte desde seu surgimento. Segundo o site Mundo das Marcas, muito do que conhecemos sobre Alta Costura nos dias atuais remonta a nomes que surgiram ou se firmaram por volta do início do século XX. Alguns exemplos são Chanel, Balenciaga e Dior.

Chanel, mundialmente conhecida por seus *tailleurs*, surgiu na década de 1910, quando revolucionou a moda ao difundir o uso de calças para as mulheres e ao apoiar a abolição do uso de espartilhos. Ficou muito conhecida também por sua produção de chapéus e pelo seu perfume, o Chanel Nº 5.

Cristóbal Balenciaga, fundador da marca que leva seu sobrenome, iniciou suas atividades como alfaiate em 1918, mas foi em 1937, quando se estabeleceu em Paris, que se firmou como estilista de renome, sendo reconhecido até mesmo por outros grandes nomes da moda, como Chanel e Dior. Para ela, Balenciaga era um verdadeiro costureiro, sabia cortar tecidos e costurá-los com perfeição. Já Christian Dior dizia que a Alta Costura era uma orquestra que somente poderia ser regida pelo Maestro Balenciaga, e que todos os outros eram apenas músicos. O prestígio que Balenciaga adquiriu ainda na década de 1930, e mantém até hoje, é inegável. Vários produtos como perfumes e bolsas levam o nome da marca.

Christian Dior é outro grande nome da moda, tendo conquistado grande fama através da criação do chamado “*New Look*”, por volta da década de 1940. Marca de renome, é sinônimo de luxo e elegância. Além de roupas, os perfumes, óculos e produtos de beleza, dentre outros, também carregam o nome da marca.

O que se pode observar após analisar os três exemplos supracitados é que as marcas de Alta Costura não se detiveram apenas às roupas. Todas elas possuem algum outro tipo de produto que leva o nome da marca, e que ajuda a difundir mais ainda esses grandes nomes da Alta Costura. É uma forma também de essas marcas se tornarem um pouco mais acessíveis, pois é fato que a maioria das pessoas não tem condições financeiras de adquirir uma peça de vestuário de Alta Costura, mas um perfume, com algum esforço, pode até ser possível. E não se pode negar que muitas pessoas desejam ter um produto Chanel, Dior ou Givenchy, por exemplo. Os produtos das marcas de Alta Costura são verdadeiros objetos de desejo, são como sonhos.

A pompa, exclusividade e luxo tornaram-se características ‘fixas’ da Alta Costura, por assim dizer. Uma aura envolve esse mundo de unicidade e riqueza.

3. METODOLOGIA

A pesquisa bibliográfica está contribuindo neste estudo para a análise de artigos já publicados e pesquisados via internet. Neste estudo, especificamente, foi utilizada a pesquisa exploratória, visando levantar informações sobre o tema

abordado (SEVERINO, 2007). Através de pesquisa documental, que é a realizada em fontes como tabelas, cartas, pareceres, fotografias, pinturas, documentos informativos e etc. (SANTOS, 2000), foram analisados sites que tratam da temática abordada. O estudo de caso, que segundo Araújo et al.(2008) é uma técnica especialmente adequada para compreender, explorar e/ou descrever eventos complexos com diversos fatores, foi utilizado para observar a marca *Lunee Couture*.

Por se tratar de uma pesquisa qualitativa, foi realizada uma entrevista com quatro pessoas da marca para obtenção de dados. Tais dados foram adquiridos através do contato direto da pesquisadora com a marca estudada, a proprietária desta e três funcionárias. Sendo assim, é dado mais ênfase ao processo do que ao produto.

Como universo da pesquisa, foram entrevistadas a proprietária da marca, a designer responsável pelo desenvolvimento dos modelos, a auxiliar de estilo e a modelista, que são pessoas envolvidas diretamente com a marca e que participam ativamente dos processos de produção dos produtos de vestuário da *Lunee Couture*.

A pesquisa realizou um estudo, através da entrevista e análise das respostas, com indivíduos que estão inseridos no processo de planejamento, desenvolvimento e produção dos artigos de vestuário de luxo, objeto do estudo de caso desta pesquisa.

Desta forma, a entrevista foi realizada com sujeitos indispensáveis à marca analisada. As etapas de realização da pesquisa foram:

1. *Pesquisa bibliográfica específica e documental* - seleção e escolha dos principais referenciais, pesquisa em artigos, sites e periódicos sobre o surgimento da Alta Costura, órgão que rege a Alta Costura e suas formas de regulamentação e a Alta Costura nos dias atuais;

2. *Levantamento de dados*- realização de visita à sede da marca e realização de entrevista semiestruturadas, que foi registrada através de perguntas e respostas escritas e posteriormente digitadas;

3. *Tratamento dos dados* - análise de conteúdo (BARDIN, 1988) e interpretação dos dados.

Para a avaliação dos dados obtidos, com a metodologia da pesquisa, utilizou-se a Análise de Conteúdo. Segundo Franco

O ponto de partida para a Análise do Conteúdo é a mensagem, seja ela verbal (oral ou escrita), gestual, silenciosa, figurativa, documental ou diretamente provocada. Necessariamente, ela expressa um significado e um sentido (FRANCO, 2008, p.19)

Ao longo de trinta (30) dias de trabalho foi realizada a análise de conteúdos, conforme indica Franco (2008). Os materiais produzidos na visita – entrevista e fotos – comporam os documentos que permitiram a análise. A interpretação dos dados utilizou parâmetros qualitativos.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 A marca Lunee Couture: Entrevistas

A marca estudada foi a Lunee Couture, situada na cidade de Fortaleza. Iniciada há dezoito anos, a marca se chamava Veste Festa e produzia apenas 20% do que vendia, os outros 80% eram produtos comprados e revendidos. Há um pouco mais de dois anos a marca passou por uma reformulação, quando passou para o atual nome Lunee Couture – e passou a produzir 100% dos produtos que vende. A marca trabalha com trajes femininos de luxo, geralmente vestidos, com muita utilização de rendas e bordados de pedraria feitos manualmente, conforme figura a seguir:

Figura 4 – Interior da loja Lunee Couture



Em 26 de abril de 2017, foram realizadas entrevistas com pessoas atuantes na marca, em que foram feitas perguntas abertas com o objetivo de compreender se a marca pode ou não ser considerada Alta Costura. As entrevistadas foram Daiane Melo Lopes, proprietária da marca, Daniele Alves de Lima, Designer de Moda graduada pela Faculdade Ateneu, e Thaís Cunha Araújo, Auxiliar de estilo graduanda em Design de Moda na Universidade de Fortaleza. Foram formuladas cinco perguntas que foram julgadas importantes para entender o processo de trabalho da empresa escolhida. As respostas obtidas se apresentam a seguir:

1ª pergunta: “Como surgiu a marca Lunee Couture?” Tanto a proprietária, quanto as outras duas pessoas entrevistadas responderam da mesma forma.

Surgiu a partir da Veste Festa, que trabalhava mais com compra e venda de trajes de festa. Do total de produtos na loja, 80% eram peças compradas e revendidas e somente os outros 20% eram produção própria. Após 16 anos como Veste Festa, toda a empresa passou por uma reestruturação e uma mudança completa: a loja, que antes era na Av. Monsenhor Tabosa, mudou para a Joaquim Nabuco, deixamos de comprar para revender e passamos a ter a produção total dos produtos no nosso ateliê e até o nome e a imagem da marca mudaram, deixou de ser Veste Festa e há um pouco mais de dois anos é Lunee Couture (Daiane Melo Lopes, proprietária da marca; Daniele Alves de Lima, Designer de Moda e Thaís Cunha Araújo, Auxiliar de estilo, 2017).

2ª pergunta: “Quais os processos de produção das peças da marca? É assim desde o princípio?”

Como eu já até mencionei na resposta anterior, antes era Veste Festa, que produzíamos apenas 20% do que tínhamos e comprávamos 80% para revender. Hoje não, todos os processos de produção acontecem no nosso ateliê, temos a designer, a modelista, as costureiras e as bordadeiras, tudo feito por nós (Daiane Melo Lopes, 2017).

Já a Daniele Alves (2017) respondeu que “Todo processo é feito no próprio ateliê, desde a criação, a modelagem, até a customização”.

E a Thaís Cunha (2017) respondeu que “A marca antes era Veste Festa, onde era mais compra e revenda das peças. Hoje, como Lunee Couture, tudo é produzido aqui mesmo no ateliê. Medidas tiradas e modelo criado, passamos para a modelista, que modela e corta, depois vai para a costura, depois bordado (se tiver) e, por fim, revisão”.

3ª pergunta: “Qual o foco central dos processos de produção da marca?”

Daiane Melo (2017) disse o seguinte: “Nosso foco é oferecer produtos bem trabalhados, com trabalhos manuais bem feitos, como os bordados exclusivos e aplicações, e as peças feitas sob medida”.

Daniele Alves (2017) disse que são os “Trabalhos com pedrarias, bordados exclusivos, peças sob medida”.

Thaís Cunha (2017) respondeu que seria a “*Viabilidade, qualidade e beleza*”.

4ª pergunta: “O que você entende por Alta Costura?”

A resposta dada por Daiane Melo (2017) foi a seguinte: “A Alta Costura tem processos muito detalhados, feitos à mão, minuciosos e, principalmente, exclusivos”.

Já a resposta de Daniele Alves (2017) foi: “Trabalhos Hand Made, ou seja, todo feito à mão”.

E Thaís Cunha (2017) disse que são “Peças de qualidade, com modelagem, corte e costura impecável”.

5ª pergunta: Você entende a marca Lunee Couture como Alta Costura?

“Não podemos dizer que somos Alta Costura, pois para isso teríamos que ser regulamentados pelo órgão responsável, mas nos inspiramos muito nos processos da Alta Costura para fazer nossos processos aqui no ateliê. Tentamos fazer as peças com o máximo de cuidado possível, peças diferenciadas, sempre buscando nos atualizar, com bordados manuais bem detalhados. Não somos Alta Costura, mas buscamos ter uma excelência nos nossos produtos e serviços.” (Daiane Melo, 2017).

Daniele Alves (2017) disse: “Não exatamente. Trabalhamos com peças exclusivas, mas também com reprodução de alguns modelos feitos para pronta entrega” (Designer de moda).

E Thaís Cunha (2017) respondeu que “Sim, devido aos ricos trabalhos produzidos e criados, acabamento de perfeita qualidade” (Auxiliar de estilo).

4.2 Discussão dos Resultados

Após a leitura e análise das respostas, foi possível observar que a marca fortalezense *Lunee Couture* não pode ser considerada uma casa de Alta Costura, por tudo o que é exigido para tal. Um dos poucos princípios da Alta Costura utilizado pela marca é o bordado manual, no qual a bordadeira borda a mão vestido por vestido. Outro ponto da Alta Costura que a marca tenta utilizar é a exclusividade: a princípio a marca produz somente uma peça, mas, havendo demanda, as peças são reproduzidas, o que contraria um dos princípios da Alta Costura francesa que é a total exclusividade.

Para alguns leigos no Brasil, o trabalho de uma marca como a *Lunee Couture* é considerado Alta Costura pela sua qualidade e pela dedicação para a confecção de seus produtos, mas realmente não se pode falar em Alta Costura francesa no caso dessa marca, uma vez que ela não segue seus princípios, nem mesmo o básico deles, que é a exclusividade e por não fazer parte da Câmara de Alta Costura francesa.

Quanto a Alta Costura no Brasil, pelos mesmos princípios e exigências da Alta Costura Francesa, pode-se dizer que:

Alta costura no nosso país ainda está muito pouco desenvolvida e alguns poucos estilistas destinam suas marcas a produção de roupas nesse estilo. Cada estilista possui os seus traços, seus cortes e fazem de suas peças, verdadeiras obras de arte. A falta de conhecimento mundial sobre nossa alta costura se dá mesmo pela falta de visibilidade que o próprio país dispõe, mesmo tendo um estilista muito conhecido em Paris.
(<http://moda.culturamix.com/estilistas-2/alta-costura-no-brasil>)

A Alta Costura, por todas as peculiaridades que lhe confere, possui um valor comercial muito alto, tornando-se acessível a poucos. Embora tenhamos no Brasil *Maisons* de costura com alta qualidade nos seus produtos, ainda teremos que nos tornar mais reconhecidos internacionalmente.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo demonstrou que é fato que a Alta Costura já nasceu com uma aura de imperiosidade e riqueza. Ela, que veio ao mundo apenas para os muito ricos,

alimenta os sonhos de muitas pessoas desde seu surgimento.

Toda luxúria que envolve a Alta Costura influenciou e continua a influenciar o que as pessoas desejam e querem possuir. Ela dita tendências e modas a serem seguidas.

Portanto, a importância da Alta Costura é inegável. Ela segue carregando a exclusividade como premissa e fazendo a diferenciação social entre aqueles que podem ter essa exclusividade e aqueles que apenas a veem através de uma transmissão de televisão.

Assim, podemos dizer que a Lunee Couture, mesmo trabalhando com peças exclusivas e se utilizando de algum trabalho artesanal, não utiliza os princípios da Alta Costura francesa e pelos aspectos que a pesquisa mostrou, podemos entender que Alta Costura no Brasil é ainda muito incipiente, embora tenhamos estilistas reconhecidos por seus trabalhos de alta qualidade e muita criatividade. No entanto, considera-se o tema relevante e sugerem-se outras pesquisas mais aprofundadas.

REFERÊNCIAS

ALTA COSTURA NO BRASIL. Disponível em :

<<http://moda.culturamix.com/estilistas-2/alta-costura-no-brasil>> Acesso em 29/05/2017

ARAÚJO, Cidália et al. Estudo de Caso. Métodos de Investigação em Educação. Instituto de Educação e Psicologia, Universidade do Minho, 2008. Disponível em

<http://grupo4te.com.sapo.pt/estudo_caso.pdf>. Acesso em: 10/04/2017

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa : Edições 70, 1988.

BRAGA, João. **História da Moda**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2005.

CALLAN, Georgina O`Hara. Enciclopédia da moda. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

CASTILHO, Kathia; MARTINS, Marcelo M. Discursos da Moda: semiótica, design e corpo. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2008.

CONEXÃO PARIS: A alta costura. Disponível em:

<<http://www.conexaoparis.com.br/2015/01/30/alta-costura/>>. Acesso em: 02/05/17

COSTA, Dhora. Alta-costura, aura e reprodutibilidade técnica. Contemporânea. Moda, cidade e produção de sentidos. Pontífice Universidade Católica de São Paulo. 2013. Pontífice Universidade Católica de São Paulo, São Paulo (SP)2013. Ed. 22. Vol. 11. P. 74-83.

CULTURA MIX: A Alta Costura no Brasil. Disponível em:

<<http://moda.culturamix.com/estilistas-2/alta-costura-no-brasil>>. Acesso em 30/05/2017

- FRANCO, Maria Laura P. B. **Análise de Conteúdo**. 3 ed. Brasília: Liber livro editora, 2008.
- GRUMBACH, Didier. Histórias da moda. São Paulo: Cosac Naify, 2009.
- HISTÓRIA DA MODA: O que é alta costura? Disponível em <<http://modahistorica.blogspot.com.br/2013/05/o-que-e-alta-costura.html>>. Acesso em: 02/04/17
- HISTÓRIA DA MODA: Worth – pai da alta costura. Disponível em: <<http://modahistoria.blogspot.com.br/2008/06/worth-pai-da-alta-costura.html>>. Acesso em: 02/04/17
- LAVIER, James. A roupa e a moda: uma história concisa. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.
- LINS, Gustavo – estilista brasileiro
Disponível em: <<http://moda.culturamix.com/estilistas-2/alta-costura-no-brasil>>. Acesso em 29/05/2017
- LIPOVETSKY, Gilles. O Império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- MODE À PARIS: Fédération Française de la Couture du Prêt-à-Porter des Couturiers and Créateurs de Mode. Disponível em <<http://www.modeaparis.com/en>>. Acesso em 02/04/2017
- MUNDO DAS MARCAS: Chanel, Dior e Balenciaga. Disponível em <<http://www.mundodasmarcas.blogspot.com.br>>. Acesso em: 03/04/17
- RANGEL, Daniell. **Seção Nostalgia**. In: Revista Vogue. Janeiro, 2010.
- ROCHE, Daniel. A cultura das aparências: uma história da indumentária (séculos XVII e XVIII). São Paulo: Senac, 2008.
- SANTOS, Antonio Raimundo dos. **Metodologia Científica**: a construção do conhecimento. 3. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.
- SEELING, Charlotte. Moda: o século dos estilistas. São Paulo: Konemann do Brasil, 2000.
- SEIXAS, Cristina Araújo. **A Questão da Cópia e da Interpretação no Contexto da Produção de Moda da Casa Canadá**, no Rio de Janeiro da Década de 50. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Design. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2002.
- SEVERINO, Antônio Joaquim. Metodologia do trabalho científico. São Paulo: Cortez, 2007.
- SOUZA, W. G.; BARBOSA, R. C. A.. O Percurso da Alta Costura- Luxo e Criação no Circuito da Moda. In: XXICNTT-Congresso Nacional de Técnicos Têxteis, 2004, Natal. O homem e a consciência ambiental na cadeia têxtil, 2004.
- TROY, Nancy J. Couture culture: a study in modern art and fashion. Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology, 2003.
- WILSON, Elizabeth. Enfeitada de sonhos: moda e modernidade. Lisboa: Edições 70, 1989.