



UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR
Faculdade de Engenharias
Departamento de Ciência e Tecnologia Têxteis

Alta-Costura e as Aproximações da Moda com a Arte

(versão final após defesa)

Rita Maria Marques Silva

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em
Design de Moda
(2º ciclo de estudos)

Orientador: Prof. Doutor José Mendes Lucas

Covilhã, julho de 2018

“O fosso entre a criação de moda e a criação de arte não cessa de
diminuir-se (...)”

Gilles Lipovetsky (2010, pág. 364)

Agradecimentos

Após o meu percurso académico na Universidade da Beira Interior, não podia deixar de começar por prestar os meus mais sinceros agradecimentos a esta instituição, em especial atenção aos docentes do departamento de Ciências e Tecnologias Têxteis, do qual faz parte o curso de Design de Moda, que durante todo este período me acolheu de forma afetuosa e que me ajudou a crescer não só a nível académico, mas também a nível pessoal.

Aos meus pais, Rosa e João, que sempre me apoiaram incondicionalmente nas minhas decisões e me incentivaram a seguir os meus sonhos. Agradeço-lhes ainda todo o carinho, compreensão e palavras motivadoras, que me incentivaram durante todo este percurso e que ajudaram-me a finalizar mais uma etapa da minha vida.

Agradeço a toda a minha família por estarem ao meu lado não só nos momentos bons, mas também quando tudo parecia desabar, estando sempre prontos a ajudar-me no necessário e a ultrapassar todas as dificuldades sentidas ao longo desta caminhada.

Aos meus colegas de turma de mestrado (2º ciclo), que sempre me apoiaram nas diversas etapas académicas percorridas em conjunto, sendo ainda que ao longo de dois anos se transformaram na minha segunda família, tendo sempre uma palavra de apoio e uma “mão amiga” para me ajudar nos mais vários cenários.

Às minhas amigas Sueli e Filipa por todas as conversas, todos os desabafos e todas as trocas de ideias que ocorreram ao longo de todos estes anos, motivando-me sempre para atingir os meus objetivos, não só a nível académico como a nível pessoal. Uma especial atenção também para muitos outros amigos e colegas de outras áreas académicas, que de uma forma ou de outra contribuíram diretamente para a minha formação individual.

Por último, mas não menos importante, um enorme agradecimento ao meu orientador Prof. Doutor José Mendes Lucas, por acompanhar não só o percurso desta dissertação, mas também por toda a atenção dispensada, todo o conhecimento partilhado e por todas as conversas enriquecedoras que irei levar para a vida.

A todos o meu muito obrigada.

Resumo

O reconhecimento relativamente recente da moda como um campo de estudo por parte de instituições de ensino, universidades e pelo próprio mercado de consumo, criou a necessidade de estudos mais aprofundados sobre esta área. Desta forma, a moda ganhou um papel de destaque como objeto de pesquisa, estando assim aberta a novas experiências, carecendo, no entanto, de estudos académicos. É sobre este contexto que nasceu a temática retratada nesta dissertação, onde são procuradas, analisadas e discutidas as aproximações e interdisciplinaridades entre duas áreas distintas: a moda e a arte.

Durante várias décadas, o debate da questão de a moda poder ser considerada uma forma de arte foi explorada por diversos autores e estudiosos de várias áreas, apontando sempre para a existência de uma dissolução entre as duas disciplinas, pontuado através de um momento bem definido na história: a revolução industrial. Este episódio histórico trouxe consigo a possibilidade da reprodução técnica, onde o único e o original se dissiparam, dando origem à produção em massa e ao conseqüente nascimento do design. Assim, se o design se distancia da arte através das suas regras e metodologias, é bastante lógico, seguindo essa mesma linha de pensamento, concluir-se que o design de moda também se distancia do universo das artes pelos mesmos motivos. No entanto, não se pode cair no erro de englobar nesta área, todas as ramificações pertencentes ao universo da moda, como é o caso da Alta-costura que reúne em si regras e processos muito próprios.

Desta forma, o objetivo de estudo desta dissertação é analisar se de facto existe uma interdisciplinaridade entre a moda e a arte, procurando de que formas estas se aproximam e distanciam, usando a Alta-costura como a principal ferramenta de comparação entre as duas áreas. Devido à grande problemática da reprodução técnica como um dos principais fatores para a dissolução de proximidade entre as duas áreas, tornou-se necessário a aproximação entre a arte e a moda, através da aplicação formal e teórica do conceito de aura, postulado pelo filósofo Walter Benjamin para a obra de arte, uma característica que se perde através da reprodutividade técnica. Ao circunscrever o conceito de aura na moda, através da Alta-costura, irão ser revelados traços semelhantes à luz deste conceito, entre o objeto de arte e o objeto criado no âmbito da moda. No entanto, se Benjamin aponta para a fotografia como a forma rudimentar de reprodutividade técnica e para a conseqüente perda de aura, torna-se necessário verificar de que forma a mesma abalou o carácter aurático presente na Alta-costura. Ao invés do esperado, esta revelou como uma das maiores aliadas da Alta-costura, uma vez que o valor de exposição conferido através da produção de imagem não só lhe garantiu mais poder como difusora de tendências, mas também manteve inalterado o seu carácter aurático, que lhe é conferido através da tradição, raridade, unicidade e autenticidade.

Palavras-Chave: Arte, Moda, Alta-costura, Aura e Fotografia.

Abstract

The relatively recent recognition of fashion as a field of study by educational institutions, universities and by the consumer market itself has created the need for more in-depth studies on this area. In this way, fashion has gained a prominent role as an object of research, being thus open to new experiences, lacking, however, academic studies. It is on this context that the theme portrayed in this dissertation was born, where the approaches and interdisciplinarity between two distinct areas are sought, analysed and discussed: fashion and art.

For several decades, the debate about the question of fashion as an art form was explored by several authors and scholars from various areas, always pointing to the existence of a dissolution between the two disciplines, punctuated through a well-defined moment in the history: the industrial revolution. This historical episode brought with it the possibility of technical reproduction, where the unique and the original dissipated, giving rise to mass production and the consequent birth of the design. Thus, if design departs from art through its rules and methodologies, it is quite logical, following this same line of thought, to conclude that fashion design also goes away itself from the universe of the arts for the same reasons. However, one cannot fall into the mistake of including in this area all the branches belonging to the universe of fashion, as is the case of Haute Couture, which brings together very own rules and processes.

In this way, the objective of this dissertation is to analyse if there is in fact an interdisciplinarity between fashion and art, looking for ways that these get close and get apart, using Haute Couture as the main tool of comparison between the two areas. Due to the great challenging of technical reproduction as one of the main factors for the dissolution of proximity between the two areas, it became necessary to approach art and fashion through the formal and theoretical application of the concept of aura, postulated by the philosopher Walter Benjamin for the work of art, a feature that is lost through technical reproducibility. By circumscribing the concept of aura in fashion, through Haute Couture, similar traits will be revealed in the light of this concept, between the object of art and the object created within the scope of fashion. However, if Benjamin points to photography as the rudimentary form of technical reproducibility and for the consequent loss of aura, it becomes necessary to verify how it has almost vanished the aesthetic character present in Haute Couture. Instead of what was expected, it turned out to be one of Haute Couture's greatest allies, since the value of exposure conferred through image production not only gave it more power as a trendsetter but also kept its auratic character unchanged, which is conferred on it through tradition, rarity, oneness and authenticity.

Keywords: *Art, Fashion, Haute Couture, Aura, Photography.*

Índice

	Pág.
Agradecimentos	v
Resumo	vii
Abstract	ix
Índice	xi
Lista de Figuras	xiii
Lista de Tabelas.....	xv
Introdução	1
Capítulo I.....	5
1 - O Estado da Arte.....	7
Capítulo II.....	19
2 - Moda e Arte: Discussão	21
Capítulo III	27
3 - Aproximações entre a Moda e Arte	29
Capítulo IV	45
4 - História da Alta-costura	47
4.1 - As Origens	47
4.2 - As Costureiras e o Processo Criativo	49
4.3 - O Couturier e a Soberania Criativa	51
4.4 - Charles Frederick Worth	51
4.5 - Chambre Syndicale de la Haute Couture	56
4.6 - O Brotar da Alta-costura	58
4.7 - Alta-costura ou Prêt-à-porter	59
4.8 - Os Membros Convidados.....	61
4.9 - A Demi-Couture e a Alta-Moda.....	62
Capítulo V.....	65
5 - Alta-Costura e o “Carácter Aurático”	67
5.1 - O Conceito de Aura	68
5.2 - O Conceito de Aura Aplicado na Alta-costura	72

Capítulo VI	77
6 - A Fotografia	79
6.1 - Benjamin e a Fotografia	79
Capítulo VII	85
7 - Estudo de Caso: Vestido de Noiva de Meghan Markle.....	87
Conclusões	111
Trabalhos Futuros.....	117
Bibliografia	119
Webgrafia	123
Anexos.....	125
Anexo 1 - Walter Benjamin.....	127
Anexo 2 - Calendário Haute Couture Printemps/Été 2018.....	129

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1 - Paul Poiret	30
Figura 2 - Criação de Poiret, Harem Ensemble, 1911	30
Figura 3 - Vestido Esqueleto de Elsa Schiaparelli com a colaboração do artista Salvador Dalí, Victoria & Albert Museum.....	31
Figura 4 - Elsa Schiaparelli e Cocteau, Evening Jacket, 1937, The Metropolitan Museum of Art.....	32
Figura 5 - John Galliano, Spring 2007, Ready-to-Wear	32
Figura 6 - Coleção de Galliano “Les Incryabels”, Londres 1988.....	33
Figura 7 - Comme des Garçons, Fall 2016, Read-to wear	34
Figura 8 - Vestido Pleats Please de Issey Miyake, 1996. Museu Tèxtil i d’Indumentària de Barcelona, Espanha.....	35
Figura 9 - Yohji Yamamoto, Fall 2016, Read-to-Wear	36
Figura 10 - Pia Myrvold, Bathhouse, 2009	37
Figura 11 - Yves Sain Laurent (1965) VS Mondrian.....	37
Figura 12 - Yves Saint Laurent (1988) VS Van Gogh	38
Figura 13 - Galliano (2007) VS Rothko	39
Figura 14 - Galliano (2007) VS Monet	40
Figura 15 - Galliano (2007) VS Degas	40
Figura 16 - McQueen (2009) VS Escher	41
Figura 17 - Prada (2014) VS Giacomo Balla	42
Figura 18 - Prada (2014) VS Giacomo Balla.	42
Figura 19 - Versace (2017) VS Andy Warhol	43
Figura 20 - Corte Francesa do século XVI, Reinado de Luís XIV	47
Figura 21 - Maria Antonieta, o ícone de moda do século XVIII	49
Figura 22 - Rose Bertin.....	50
Figura 23 - Charles Frederick Worth.....	52
Figura 24 - Crinolina do século XIX.....	53
Figura 25 - Vestido de Gala com tournure de Worth (1887)	54
Figura 26 - Etiqueta de vestido com o nome do criador: Worth	55
Figura 27 - Alexander McQueen, Spring 2012, Read-to-Wear.....	63
Figura 28 - Mary Katrantzou, Fall 2011, Read-to-Wear	63
Figura 29 - Vestido de noiva de Meghan Markle: vista frontal.....	88
Figura 30 - Vestido de noiva de Meghan Markle: vista lateral	89
Figura 31 - Vestido de noiva de Meghan Markle: vista posterior	90
Figura 32 - Vestido de noiva de Kate Middleton	96
Figura 33 - Detalhes do vestido de noiva de Kate Middleton	96

Figura 34 - Réplica do vestido de Kate Middleton pela criadora Yang Lifei (05/05/2011).....	98
Figura 35 - Original e réplica do vestido de Kate Middleton em utilização	98
Figura 36 - Tendências de moda de noivas para 2011	99
Figura 37 - Romona Keveza, 2012	100
Figura 38 - Pronoivas, 2012	101
Figura 39 - Rosa Clara, 2012	102
Figura 40 - Zuhair Murad, 2012	103
Figura 41 - Aire Barcelona, 2012	104
Figura 42 - Alyne Bridal by Rivini, 2012	105
Figura 43 - Christos, 2013	106
Figura 44 - Vestido de noiva H&M (05/04/2018) inspirado na criação de Sarah Burton para Kate Middleton; Vista frontal.	108
Figura 45 - Vestido de noiva H&M (05/04/2018) inspirado na criação de Sarah Burton para Kate Middleton; Vista posterior.	109

Lista de Tabelas

	Pág.
Tabela 1 - Comparações entre Arte, Prêt-à-porter e Alta-costura	72
Tabela 2 - Quadro resumo da aplicação do conceito de aura no vestido de noiva de Meghan Markle, criado no âmbito da Alta-costura	92

Introdução

Na indústria da moda a cópia é uma constante. A própria história da indumentária é postulada nesta afirmação uma vez que o conceito de moda se desenvolveu tendo como base a imitação. No final do século XV, a burguesia como forma de ascensão social começou a copiar o vestuário das classes mais altas, como a nobreza. É importante salientar que nesta época o vestuário estava presente como uma forma de distinção social e de poder. Desta forma, como meio de distinção social hierarquizado através da pirâmide social, onde as classes mais altas tinham o poder de ditar as tendências, quando estas eram copiadas pelas classes mais baixas a tipologia do vestuário era alterado, começando assim a surgir os primeiros ciclos da moda.

No entanto, foi a partir do século XIX, que a moda perde o poder aristocrático e instaurou-se como um fenómeno moderno e burocrático. A evolução dos meios de produção e as mudanças sociais fomentadas pela industrialização são as razões apontadas para que a moda se bipolarizasse em dois modelos de produção: a Alta-costura fundada com base no luxo, exclusividade e sobre medida e a moda industrial cuja produção assentava no baixo custo, abundância e na imitação.

Desta forma, a Alta-costura sempre se separou da produção em massas, tendo sempre em vista o seu reconhecimento como uma forma de arte, sendo que para tal esta área da moda tentou-se aproximar da arte através do intercâmbio de características formais e ainda através de relações de proximidade com artistas e com a arte durante o processo de criação do vestuário. É neste contexto que surge a primeira problemática presente nesta dissertação de mestrado: de que forma a moda e arte se aproximaram através dos conceitos fundados na Alta-costura.

No entanto, as formas de reprodução técnica levaram a que a exclusividade presente na Alta-costura se perdesse, através da difusão de imagens com o advento em massa da era fotográfica, assim como acontecera na arte, um tema bastante debatido por Walter Benjamin (1987 [1936]) no seu texto *“A obra de arte na era de sua reprodutividade técnica”*. É sobre este ponto de vista benjaminiano que se irá desenvolver a segunda problemática desta dissertação: a hipótese de a Alta-costura possuir um “carácter aurático”, um conceito formulado por este autor para definir uma obra de arte. Esta análise irá providenciar mais uma prova de que a Alta-costura pode ou não reclamar do seu estatuto como uma forma de arte, através do estudo da atribuição do conceito de aura, tendo em conta a sua formulação e aplicação teórica.

Paralelamente ao conceito de aura, Walter Benjamin (1987 [1936]) também se foca na sua dissolução através do que este autor considerou o protótipo da reprodução técnica: a fotografia. Desta forma, será ainda pertinente fazer um paralelismo entre Alta-costura, aura e fotografia, explicitando os conceitos postulados pelo autor e de que forma estes se podem relacionar com o objeto de estudo desta dissertação a Alta-costura.

Para tal, será efetuada uma análise complementar ao texto “*Pequena história da fotografia*” também de Walter Benjamin (1987 [1931]) onde este autor define a fotografia antes e após de esta se tornar como um meio de reprodução técnica. Assim, a problemática da atribuição do “carácter aurático” na Alta-costura culminará num estudo sobre a dissolução da aura através da fotografia e de que forma esta última influencia o campo da Alta-costura, através da divulgação da imagem do vestuário considerado único e exclusivo.

É importante salientar que os estudos de Walter Benjamin, não são um tema comum de discussão no campo da moda, uma vez que estes se conectam mais a áreas como a filosofia e as teorias da arte, onde os conceitos deste autor são bastante aprofundados e explorados. Foi este défice de exploração teórica que levou à formulação desta dissertação no âmbito da Alta-costura, que possuiu um carácter tradicional, único e exclusivo que a aproxima do mundo das artes. Deste ponto de vista, torna-se evidente o porquê da escolha da Alta-costura como objeto de estudo ao invés do Design de Moda, pois segundo o filósofo Walter Benjamin o design é uma área criada sobre os fundamentos da reprodução técnica, o que tornava inválido a postulação dos seus estudos neste campo. No entanto, o universo da moda é bastante amplo com várias ramificações e o estudo teórico sobre um posto de vista filosófico só vem fortalecer e enriquecer o conhecimento totalitário desta área, ainda que para a formulação da presente dissertação, que tem como base as aproximações da moda com a arte e o seu possível “carácter aurático”, só seja possível ter como objeto de estudo a Alta-costura.

Objetivos Gerais:

- Estudar a interdisciplinaridade entre a moda e a arte, procurando de que forma estas duas áreas se aproximam e distanciam, usando a Alta-costura como a principal ferramenta de comparação.

Objetivos Específicos:

- Encontrar momentos de aproximação entre a moda e a arte, através de características formais e das relações de proximidade entre as duas áreas;
- Aplicação do conceito de aura, postulado por Walter Benjamin para definir uma obra de arte, no âmbito da Alta-costura;
- Estudar a dissolução da aura através da fotografia no campo da Alta-costura, segundo os escritos de Walter Benjamin para a perda desta característica na obra de arte.

Metodologia:

- Os métodos utilizados para a presente pesquisa, assentam na etnografia e na história, uma vez que é através destes que existe a possibilidade de delimitar características de tempos passados. Para tal, recorreu-se a um estudo não intervencionista, tendo como base uma revisão bibliográfica de obras, artigos e revistas que visavam sobre diversos pontos de vista a definição dos termos de arte e de moda, assim como também a relação de interdisciplinaridade ocorrente entre as duas áreas. O mesmo método foi aplicado

para a definição do termo Alta-costura, analisando as suas origens e tradições, assim como também para o estudo dos escritos de Walter Benjamin. Após toda a informação recolhida foi elaborado um estudo caso atual, com um registo mais intervencionista, de forma a colocar em prática alguns dos conceitos analisados.

Após o exposto, esta dissertação de mestrado será composta por sete capítulos. No primeiro capítulo irá ser abordada de uma forma preliminar a apropriação do conceito de aura que Benjamin postulou para a obra de arte, tendo como base o fetichismo da mercadoria desenvolvido por Marx, um tema explorado pelo filósofo alemão no seu livro *“Passagens”*, sendo ainda esses pensamentos intercalados com um exemplo prático no âmbito da Alta-costura e as problemáticas que irão ser discutidas ao longo da dissertação. Neste capítulo será ainda exposta a definição dos conceitos de moda e arte, através de pensamentos de diversos autores que ajudaram a consolidar os dois termos, e que irão servir de base para a discussão presente ao longo desta dissertação.

No segundo capítulo irá ser feita uma discussão direta sobre os conceitos de arte e moda, no âmbito de que esta última pode ser entendida como a arte do adorno do corpo, procurando fazer paralelismos e interdisciplinaridades entre as duas áreas, tendo como base autores como Svendsen (2010) e Steele (2010).

O terceiro capítulo será uma continuidade do anterior, onde serão ilustrados de forma mais profunda diversos momentos onde a moda e a arte se aproximaram, através de colaborações entre as duas áreas e da inspiração que a arte provoca na moda através das suas representações.

No quarto capítulo o tema do assunto desta dissertação começa a afunilar para o verdadeiro cerne da discussão: a Alta-costura. Neste capítulo será exposta a história da Alta-costura, como as suas origens, fundação e regras que determinam que um tipo de vestuário pode ser considerado parte integrante desta ramificação do mundo da moda. Também é aqui se será exposto pela primeira vez, através da história, a diminuição de poder da Alta-costura face ao Prêt-à-porter (produção em massa da moda) e quais foram as medidas adotadas para restaurar a sua autoridade.

Já no capítulo V será discutido o “caracter aurático” da Alta-costura, através da definição do conceito de aura postulado por Walter Benjamin (1987 [1936]), através do seu texto *“A obra de arte na era de sua reprodutividade técnica”*, um estudo que será realizado de forma extensa e explicado através de excertos do referido texto. Desta forma, é neste capítulo que se condensa a verdadeira questão presente nesta dissertação: Será possível a atribuição do “caracter aurático” na Alta-costura? A resposta irá revelar-se segundo os pontos extraídos da análise feita a este conceito benjaminiano, intercalando-os com os momentos históricos retirados do capítulo anterior sobre a história da Alta-costura.

O penúltimo capítulo (capítulo VI) será focado na dissolução da aura, através do ponto de vista de Walter Benjamin, que aponta para a fotografia como o primeiro método de

reprodução técnica moderno. Para se realizar uma análise mais profunda é necessário recorrer ao texto do mesmo autor denominado de “Pequena história da fotografia” (1987 [1931]), onde é possível entender melhor o pensamento benjaminiano sobre a fotografia e os seus possíveis significados. Através de uma análise profunda sobre a sua conceção deste termo, irá ser feito um paralelismo entre a fotografia e de que forma esta penetrou no mercado da Alta-costura, abalando ou não a sua autoridade como difusora de tendências e também o seu possível “carácter aurático”.

Já no último capítulo (capítulo VII) irá ser estudado um caso prático da postulação do conceito de aura e da sua possível dissolução através da fotografia, segundo os estudos de Walter Benjamin expostos nos capítulos V e VI. Esta análise terá como foco os vestidos de noiva de Meghan Markle e de Kate Middleton, criados no âmbito da Alta-costura e da *Demi-couture* respetivamente. Neste capítulo serão ainda abordados outros tópicos considerados pertinentes para uma melhor compreensão e aplicação dos conceitos de aura e de reprodução técnica no âmbito do vestuário de luxo.

Capítulo I

1 - O Estado da Arte

“Fashion—especially haute couture, which is handmade and not mass-produced—is sometimes regarded as art. Certainly, a classic Balenciaga evening dress displayed on a pedestal or in a glass case in a museum has some of the aura of a work of art, although it was produced within the fashion system, not the art world. The exhibition of fashion in museums has undoubtedly contributed to blurring the line between art and fashion. In addition, certain fashion designers have positioned themselves as artists, while a growing number of artists have shown an interest in fashion” (Steele, 2012, pág. 13)

Entre 11 de março e 29 de outubro de 2010, a *Fondation Pierre Bergé - Yves Saint Laurent* e o *Petit Palais do Musée de Beaux Arts* da cidade de Paris apresentaram a primeira retrospectiva dos quarenta anos de trabalho que Yves Saint Laurent dedicou à moda¹. No total foram expostos 307 modelos confeccionados de Alta-costura e de Prêt-à-porter, para além de desenhos, fotografias e filmes que mostravam o contexto histórico, a construção do estilo e os fundamentos do seu trabalho. No fundo, esta exposição ambicionou, entre outros objetivos, elevar o criador e o seu trabalho à condição de um artista que produz uma obra comparável às obras de arte dos grandes mestres. (Costa, 2016)

Independentemente da aceitação ou não desta premissa, o importante aqui é destacar que os modelos confeccionados apresentados durante a exposição, acima mencionada, são capazes de cumprirem funções básicas tradicionalmente associadas ao uso do vestuário - como proteção, pudor, ornamentação e elemento de distinção social mas, durante o período de tempo que estiveram expostos, estes não tinham a finalidade de cumprir qualquer função de uso ou destinação comercial, ou seja, não estavam expostos para serem comprados, vendidos ou trocados. (Costa, 2016)

De uma forma adequada pode-se afirmar que os modelos não estavam expostos pela sua possibilidade de uso e a sua condição de troca ou, como em alguns casos da produção da Alta-costura, como indutores de tendências que posteriormente se difundem por toda a indústria da moda. Assim, mesmo que inicialmente estes tenham sido confeccionados com essa finalidade, de uso e troca comercial, o possível motivo para que estes se encontrassem expostos está associado a um outro atributo que lhes está condicionado: a noção da autoria e da assinatura, que no caso é Yves Saint Laurent, que confere aquelas peças a autenticidade e a sua existência única num determinado local e tempo. É importante ressaltar, que essa autenticidade sempre esteve presente, quer originalmente quando cumpria as suas possibilidades de uso e de troca, quer na exposição dada como exemplo, onde já não cumpria tais funções. (Costa, 2016)

¹ <http://luxurylab.com.br/2010/04/retrospectiva-yves-saint-laurent-paris/>

Através desta afirmação referente à autenticidade, pode-se deduzir que qualquer tentativa de reprodução manual dos modelos expostos, mesmo a mais perfeita possível, padeceria sempre de uma falha: a autenticidade que expressa a sua existência única e irreproduzível. Esta constatação também faz sentido para os modelos apresentados durante a exposição no âmbito do Prêt-à-porter, ainda que paradoxalmente estes tenham sido criados com o intuito de serem copiados e reproduzidos. (Costa, 2016)

Com estas observações já é possível identificar o direcionamento do caminho que se pretende traçar ao longo desta dissertação: procurar indícios de que o vestuário criado no âmbito da Alta-costura e, em determinadas circunstâncias no Prêt-à-porter de luxo (*Demi-couture*), se revestem de um carácter aurático através dos padrões conceituais estabelecidos por Walter Benjamin.

No seu texto “A obra de arte na era da sua reprodutividade técnica” (1987 [1936])², Walter Benjamin³ começa por associar o conceito de aura ao referencial teórico tratado por Karl Marx (2013 [1982])⁴, como forma de dar um maior aprofundamento à interligação entre os seus textos e ao que este autor definiu como infraestrutura e superestrutura. Segundo Marx, a infraestrutura refere-se às relações fundamentais da produção e a superestrutura caracteriza os produtos que resultam do domínio da cultura, onde se inclui a arte. Esta abordagem feita logo de início no prólogo, insere-se num “*universo mais amplo e que mobilizaram debates entre intelectuais, artistas e movimentos políticos de esquerda já nas primeiras décadas do século XX, e que bem da verdade se estenderam por boa parte do mesmo, sobre o papel da arte, da cultura e de suas possibilidades e/ou impossibilidades políticas e revolucionárias.*” (Costa, 2016, pág. 15)

É importante lembrar que o conceito de superestrutura de Marx foi uma ferramenta usada por Benjamin, como forma de demonstrar as recentes transformações da cultura. A teoria da aura, foi desenvolvida na fase filosófica benjaminiana considerada materialista, onde este procurava refletir sobre as condições de produção e de receção da obra de arte na sociedade moderna industrial. Desta forma, o termo de obra de arte com “carácter aurático” permitiu descobrir as mudanças no que toca às questões de materialidade das obras, assim como também quanto à sua receção e conceitualização na esfera do desenvolvimento dos modos de produção dessa sociedade. (Paraíso, 2007)

Assim, a estrutura do materialismo histórico e dialético de Marx é bastante importante para que as teorias exploradas por Benjamin, sobre a aura e reprodutividade técnica, sejam de fácil interpretação. Deste ponto de vista, não existe nada mais inconsciente do que supor que

² Texto original de Walter Benjamin publicado em 1936, presente no livro “*Obras Escolhidas: Magia e Técnica, Arte e Política*” de 1987 (pág. 165 a 196).

³ Ver Anexo 1 - Walter Benjamin.

⁴ Texto original de Karl Marx publicado em 1867, presente no livro “*O Capital - Livro 1 - O processo de produção de Capital*” de 2013, uma tradução de Rubens Enderle da obra original de 1982.

se um objeto fosse exposto num ambiente destinado tradicionalmente à arte, como os museus, este local dotava-os de um “carácter aurático”, transformando-os em arte só pelo simples motivo de estarem expostos nesse local. (Costa, 2016)

Desta forma, no exemplo Inicial da retrospectiva dos quarenta anos de Yves Saint Laurent, colocar a hipótese de que o vestuário confeccionado na Alta-costura adquiriu um “carácter aurático”, o mesmo não significa dizer que isto provém do facto dos modelos estarem expostos no *Petit Palais* do *Musée de Beaux Arts*, e, como forma de “contágio” estes se transformaram numa obra de arte dotados de aura. Para complementar esta afirmação pode-se considerar os pensamentos benjaminianos no que toca ao valor de exposição e à sua relação com a aura, assim, segundo o autor, quanto maior for o crescimento de exposição de uma obra maior a possibilidade de a mesma perder a aura. Com isto, mesmo se existisse esse “contágio” de aura para o vestuário, o mesmo se perderia através da exposição. (Costa, 2016)

A aura está associada, segundo a perspectiva materialista de Benjamin, às formas de percepção assumidas pela coletividade humana, em determinados períodos históricos. Segundo o autor (Benjamin, 1987 [1936], pág. 169) “*o modo pelo qual se organiza a percepção humana, o meio em que se dá, não é apenas condicionado naturalmente, mas também historicamente.*” Para além disso, o autor refere que o elemento da unicidade que é a essência da aura corresponde inteiramente à inserção desta no âmbito da tradição. Assim, voltando ao exemplo dado acima, onde os modelos de Alta-costura de Yves Saint Laurent se revestiam de um “carácter aurático” implica incluí-los imediatamente numa longa linhagem de criadores, que ao longo do tempo desde o início da Alta-costura como instituição regulamentada, aprenderam, aperfeiçoaram e individualizaram o modo específico de realizar esse ofício. (Costa, 2016)

No livro “Passagens”, Benjamin centra a análise na compreensão do processo de transformação e racionalização na sociedade parisiense do século XIX e nas consequências geradas pelo progresso e urbanizações da cidade, alimentados com o advento da luz elétrica, dos bondes, do cinema, da fotografia, dos novos estilos arquitetónicos em ferro e em vidro e das lojas de departamento. (Costa, 2013)

As passagens que Benjamin se refere, são pequenos corredores que ligam uma rua a outra em Paris do século XIX, mas que apresentam uma arquitetura na qual se combinam estruturas de ferro que sustentam tetos envidraçados, de onde nasciam luxuosos lustres com grandes espaços internos espelhados que criavam a ilusão de amplitude para o passante na rua. Estas passagens interligavam vários tipos de negócios, como museus, lojas de brinquedos, cafés, livrarias, antiquários e lojas de moda feminina e masculina. Estas imagens da cidade trazem uma nova ordem através de um mundo dominado pelo capital, tornando-se possível observar esta nova estrutura na racionalidade da redefinição de comércio, da renovação urbana e da modificação do sistema financeiro. Estabeleceram-se, assim, o tempo e o lugar das mudanças na conceção de fazer e de comercializar a moda, assim como a formação de estilos de vida associados ao consumo de produtos e a inauguração da era das lojas de departamento. (Costa, 2013)

No capítulo “Notas e Materiais X”, da mesma obra, Benjamin comenta as premissas de Marx a respeito da noção de mercadoria na sua formulação básica de valor de uso e valor de troca, assim como as suas derivações e problematizações, como por exemplo as relações entre a teoria de valor representada pela mercadoria e o afastamento do trabalho que esta contém devido ao modo específico da produção capitalista e, ainda à noção de fetiche da mercadoria e o seu carácter necessário, ou seja, o que decorre do próprio processo de produção e das relações sociais aí inseridas. (Costa, 2016)

Para Marx, o fetichismo da mercadoria pode ser descrito da seguinte forma:

“Mas, a forma mercadoria e a relação de valor entre os produtos do trabalho, a qual caracteriza desta forma, nada tem a ver com a natureza física destes produtos nem com as relações materiais dela recorrentes. Uma relação social definida, estabelecida entre homens, assume a forma fantasmagórica de uma relação entre coisas. Para encontrar um símile, temos que recorrer à região nebulosa da crença. Aí, os produtos do cérebro humano parecem dotados de vida própria, figuras autónomas que mantêm relações entre si e com os seres humanos. É o que ocorre com os produtos da mão humana, no mundo das mercadorias. Chamo a isto de fetichismo, que está sempre grudado aos produtos do trabalho, quando são gerados como mercadorias. É inseparável da produção de mercadorias.” (Marx, 2013 [1982], pág. 81)

Assim, o fetichismo da mercadoria descrito por Marx, é um fenómeno onde a mercadoria quando finalizada, não mantém o seu valor real de venda, ou seja, um valor baseado na quantidade de trabalho que foi necessário. Ao invés esta adquire uma sobrevalorização devido à atribuição de um valor simbólico, onde a mercadoria está sujeita à adoração. O Homem deixa desta forma de comprar o real, e passa a comprar a transcendência que determinado produto representa. Esta citação de Marx abre o caminho para a compreensão da apropriação de Benjamin para a noção de fetichismo e da interligação entre a infraestrutura (produção capitalista) e a superestrutura (fenómenos culturais).

“A propriedade recai sobre a mercadoria como seu carácter fetichista é inerente à própria sociedade produtora de mercadorias, não como ela é em si, mas como ela representa a si mesma e acredita compreender-se quando faz a abstração de fato de que ela produz mercadorias. A imagem que ela assim produz de si mesma e que costuma designar como sua cultura, corresponde ao conceito de fantasmagoria.” (Costa, 2016, pág. 18 apud Benjamin, 2009, pág. 711)

Benjamin, relaciona assim a infraestrutura e a superestrutura como algo que não implica uma relação direta entre a economia e produtos culturais, ainda que estes mantenham ligações entre si. Isto ocorre uma vez que a imagem da mercadoria produzida pela sociedade não se traduz necessariamente no fetichismo da mercadoria, mas sim uma imagem mental “fantasmagórica” que se desliga da percepção das relações ligadas à produção de mercadorias, o que leva à separação mental de certos produtos como uma forma de capitalismo.

Para Benjamin:

“Cada estação da moda traz nas suas novas criações alguns sinais das coisas vindouras. Quem os soubesse ler, saberia antecipadamente não só quais seriam as novas tendências da arte, mas também a respeito das novas legislações, guerras e revoluções (...). Este espetáculo - como o que é totalmente novo se forma a partir daquilo que se passou - é o verdadeiro espetáculo dialético da moda (...). A moda é a persursora, não, é a eterna suplente do Surrealismo.” (Costa, 2016, pág. 20 apud Benjamin, 2009, pág. 103)

Desta forma, na moda existe a sobreposição de sinais e indícios de tempos passados e futuros nas suas representações e formas presentes, tal como acontecia com o surrealismo, onde as composições eram feitas a partir de fragmentos, onde não existia uma ordenação lógica ou a explicação para que tal acontecesse. Com este relacionamento entre a infraestrutura e superestrutura, Benjamin veio trazer uma nova abordagem de como produtos que inicialmente se inseriam na produção capitalista (como a moda) onde a mercadoria possuía valor de uso e de troca, na esfera cultural de uma sociedade através dos fragmentos históricos que neles estão incluídos. (Costa, 2016)

Para ilustrar melhor esta ideia, retomamos o exemplo da exposição de Yves Saint Laurent que está a ser discutida ao longo deste capítulo. É claramente visível que durante o tempo que estiveram expostos, os modelos não tinham a possibilidade de cumprir a função de mercadoria, ou seja, a função de uso e de troca, ainda que tenham sido construídos para que cumprissem essas funções. Assim, é possível afirmar que a forma de mercadoria contida neste vestuário se dissolveu e quase desapareceu, dando lugar à história que este contava. Essa dissolução, permitiu que fosse captada pelo público uma essência diferente do que normalmente o vestuário transmite. Foi possível ver a história que este escondia, como o específico “modo de fazer”, baseado numa tradição não só de criadores, mas também do refinamento acumulado do ofício de costurar, que culminou num trabalho concreto e vivo até aos dias de hoje. (Costa, 2016)

Tornar-se assim evidente que a forma de mercadoria não passa só pela natureza física dos produtos e com as relações materiais (financeiras) decorrentes, mas sim pela relação de valor social dos produtos, definida e estabelecida pelos homens, que esconde a verdadeira natureza do produto (como mercadoria).

Em conclusão, a hipótese a respeito do “carácter aurático” assumido pelo vestuário da Alta-costura será desenvolvida através de todos estes elementos pertencentes ao universo teórico de Walter Benjamin. Mas, por outro lado, este autor ao analisar a aura, também se foca com a sua dissolução, como consequência da reprodutividade técnica, sendo ainda que, para este, o protótipo da reprodução técnica que abala a aura é a fotografia.

Assim surge uma nova problemática: se a fotografia como reprodução técnica, abala a aura, esta também não abalaria o “carácter aurático” da Alta-costura através das suas

representações? Esta será uma questão analisada nesta dissertação, onde a hipótese da aura presente na Alta-costura será avaliada sobre este ângulo benjaminiano da reprodução técnica.

Sendo a Alta-costura uma ramificação do universo da moda, também se considera pertinente fazer uma pequena discussão entre a relação da moda e a arte ao longo do tempo, de forma a perceber as relações entre estas.

A questão sobre a “moda poder ser considerada uma arte ao não” tem sido um assunto bastante controverso. Muitos estudos têm sido realizados ao longo do tempo e diversos profissionais académicos e críticos expuseram a sua visão sobre a temática. Todos estes estudos apresentam diferentes pontos de vista, mas neles não existe uma resposta completamente positiva ou negativa quanto a este fenómeno social, uma vez que existem diversas maneiras de definir arte, assim como também de definir moda. Qualquer pessoa que já tenha visto uma apresentação artística ou uma exposição de arte pode facilmente concluir que o termo “arte” pode existir de diversas formas. Esta pode ir desde uma pintura a óleo até a uma escultura feita de diamantes. Recentemente, a Pós-Modernidade e as demonstrações da Nova História da Arte compararam a moda e a arte em termos de cultura visual e material, assim como a função económica e sociológica. (Gursoy, 2012)

Para fazer um paralelismo entre moda e arte torna-se necessário uma pequena pesquisa sobre o significado destes dois termos, de forma a posteriormente poder-se formular uma opinião mais detalhada sobre o assunto. Esta pesquisa vai ter como base a opinião de diversos autores que trouxeram contribuições académicas para a definição de moda e de arte, sendo posteriormente mais fácil acompanhar a discussão que se irá desenrolar ao longo desta dissertação.

Segundo Yunica Kawamura, (2005), de acordo com o “*The Barnhart Dictionary of Etymology*”, foi provavelmente por volta do ano de 1300 que senso de estilo, moda e maneiras de vestir foram registadas pela primeira vez. O “*Dictionnaire de la mode au XXe siècle*” indica mais especificamente que a palavra francesa para Moda, que tem como significado uma forma coletiva de vestir, surgiu pela primeira vez em 1482. A palavra Moda originalmente proveio do latim *modus* que significa maneira ou modo, sendo adaptada para o português da palavra francesa *Mode* usada para se referir a hábito ou uso. Já o termo *Fashion* da língua inglesa, provém do latim *Facio* ou *Factio* que remetem para fazer ou ser feito. Em 1489, a palavra Moda tinha o mesmo significado que atualmente, sendo usada frequentemente nas áreas do vestuário e do *lifestyle* (estilo de vida) pelas classes sociais mais elevadas. Já a noção social predominante de moda surgiu mais tarde no início do século XVI, através da definição de “*uma maneira especial de fazer roupas*”. (Kawamura, 2005, pág. 3 apud Brenninkmeyer, 1963, pág. 2)

“Só a partir do final da Idade Média é possível reconhecer a ordem própria da moda, a moda como sistema, com suas metamorfoses incessantes, seus movimentos bruscos, suas extravagâncias. A renovação das formas se torna um valor mundano, a fantasia exhibe seus artificios e seus exageros na alta

sociedade, a inconstância em matéria de formas e ornamentações já não é exceção mas regra permanente: a moda nasceu.” (Lipovetsky, 2010, pág. 31)

Também o autor Gilles Lipovetsky descreve no seu livro “O Império do Efêmero”, as condições sociais favoráveis que originaram o fenómeno denominado de moda. Para este, um dos principais fatores para que a moda se desenvolver-se naquele momento preciso da história (século XIV) deve-se principalmente à ascensão e afirmação da burguesia como uma classe emergente, que possuía poder económico e que reunia todas as condições para rivalizar em termos de vestuário e aparência com as classes sociais mais elevadas (nobreza e a aristocracia). (Lipovetsky, 2010)

Desta forma, a burguesia começou a imitar em termos de estilo e estética o vestuário das classes subordinantes, como forma de ascensão social. Este fenómeno ficou designado por George Simmel (2008) como o efeito “Trickle Down”. Assim, esta constante imitação levou à mudança rápida de modas da época por parte das classes sociais mais elevadas, não só como forma de exclusividade, mas também para reestabelecer e fortalecer o seu estatuto social.

O filósofo Immanuel Kant, acreditava que a moda é uma forma de imitação baseada na vaidade, onde nenhum indivíduo quer parecer inferior ao outro através do vestuário (Svendsen, 2010). Mas é preciso compreender que a imitação só por si não produz moda, uma vez que uma das características deste fenómeno é o gosto pela inovação, pelo novo e o moderno, onde a mutabilidade é uma palavra de ordem.

“A novidade tornou-se fonte de valor mundano, marca de excelência social, é preciso seguir “o que se faz” de novo e adoptar as últimas mudanças do momento: o presente impôs-se como eixo temporal que rege um lanço superficial, mas prestigioso, da vida das elites.” (Lipovetsky, 2010, pág. 45)

Para Lipovetsky (2010), a moda é acompanhada de efeitos ambíguos, destacando também que existe uma necessidade de individualismo por parte de um sujeito no que toca ao gosto e identidade, mesmo carecendo de aceitação por parte da sociedade.

“O essencial, historicamente, está aqui: o individualismo na moda é a possibilidade reconhecida à unidade individual - mesmo que seja da alta sociedade - de ser poder de iniciativa e de transformação, de mudar a ordem existente, de se apropriar pessoalmente do mérito das novidades ou, mais modestamente, de introduzir elementos de pormenor conformes ao seu gosto pessoal.” (Lipovetsky, 2010, pág. 63)

Existe uma imensa panóplia de definições para o termo de moda, uma vez que este é rodeado de bastantes imprecisões e de opiniões contraditórias. Se para alguns autores a moda se trata de um fenómeno social, outros consideram-na intrínseca à própria existência. Laver (1989, pág. 213) afirma que “a moda, como sempre, é o reflexo de uma época” já por outro lado Souza (1996, pág. 20 e 23) discorda dizendo que a “moda não é um fenómeno social, mas sim próprio de certas sociedades e de certas épocas”, e que “as mudanças da moda ligam-se a transformações mais vastas e complexas, do modo de ser, sentir e pensar de uma sociedade”.

Para Brenninkmeyer (1963), a definição de moda passa pelo uso predominante adotado na sociedade por um determinado período de tempo, sendo ainda o resultado da aceitação de certos valores culturais que estão abertos a influências relativamente rápidas de mudança. (Kawamura, 2005)

Segundo Castilho (2006, pág. 34) *“a moda pode ser compreendida como a expressão de um conteúdo e, assim, ela pode ser lida como um texto, que por sua vez, vincula um discurso.”* Desta forma, a moda como um todo é insolúvel, servindo para estrutura social, demarcação de classes e a expressões de ideias e sentimentos, sendo assim uma forma de linguagem.

Nos nossos dias, a moda é vista como resultado de uma conspiração de marcas e de fabricantes de roupa que fazem com que os consumidores dispensem uma quantidade avultada de dinheiro, com as rápidas mudanças que a moda sofre. Na realidade essa efemeridade da indústria provém da herança que a burguesia do século XIV e XV nos passou, uma vez que a demonstração de poder económico e social da época passava pela quantidade de vezes que um indivíduo tinha a possibilidade de mudar o seu guarda-roupa, provocando assim mudanças cíclicas mais rápidas na “vida útil” do vestuário.

Apesar dessa herança de efemeridade na moda nos ter sido passada por motivos sociológicos, na atualidade e para o senso comum a introdução cíclica de novas modas, não é mais do que uma forma que a indústria teceu para estimular o mercado e aumentar a demanda de consumo, visando apenas a parte económica. Assim é importante destacar que a moda também transmite a significação semiótica de algo, como por exemplo hábitos e costumes de uma determinada época. Assim, a moda como conceito significa mais do que os termos discutidos acima, uma vez que esta ocasiona significados e valores adicionais ao vestuário.

Como Kawamura refere:

“The building of fashion cultures does not depend on the amount of money that consumers spend on clothing. I argue that a fashion system supports stylistic changes in fashion. The system provides the means whereby fashion change continually takes place.” (Kawamura, 2005, pág. 5)

Segundo a autora, a moda pode mudar conceptualmente, mas também fica dependente da situação em que esta necessita de ser definida. No entanto, temas como moda e vestuário nunca foram tópicos de pesquisa muito populares nas disciplinas das ciências sociais. Lipovetsky tenta dar resposta ao porquê deste tópico ser deixado de fora do campo académico:

“The question of fashion is not a fashionable one among intellectuals (...) Fashion is celebrated in museums, but among serious intellectual - preoccupations it has marginal status. It turns up everywhere on the street, in industry, and in the media, but it has virtually no place in the theoretical inquiries of our thinkers. Seen as an ontologically and socially inferior domain, it is unproblematic and undeserving of investigation; seen as a superficial issue, it discourages conceptual approaches.” (Lipovetsky, 1994, pág. 3 e 4)

Mas a maior razão do porquê da moda como um fenômeno social é porque ao longo dos tempos tem sido tratada como uma futilidade, pois esta está ligada com a aparência externa e pertencente ao universo feminino. A moda era considerada como irracional pois muda constantemente, sem conteúdo e sem elementos intelectuais. No século XX teóricos da moda, como Simmel e Veblen, relacionaram o conceito de moda com a posição social das mulheres. Durante séculos, estas foram objetificadas como forma de mostrar o poder econômico das suas famílias, como uma espécie de espetáculo vivo, sendo que para outros aspectos culturais e sociais estas continuavam invisíveis, como era o caso da política ou da economia.

A moda torna-se mais complexa a partir do século XIX, no momento em que passa a existir dois sistemas de moda que se diferenciam entre si: a Alta-costura e o Prêt-à-porter. Se por um lado a Alta-costura apresentava criações de luxo para as classes mais altas da sociedade, o Prêt-à-porter surgiu com a produção de vestuário em série e de custo mais acessível, que tinha com base a imitação na Alta-costura, satisfazendo as necessidades das classes mais baixas.

A sociedade atual está globalmente interligada tanto nas questões que envolvem a coletividade quanto na forte afirmação da individualidade. A efemeridade e a instabilidade fazem parte do mundo atual tornando as relações mercadológicas mais superficiais e o consumidor mais ansioso pelo consumo, tendo assim a moda uma grande magnitude no que toca à criação de uma determinada liberdade de expressão.

Neves e Branco (2000) citam no seu livro “*A Previsão de Tendências para a Indústria do Vestuário*” que:

“A moda, enquanto indústria cultural, é um lugar de elaboração e de transformação de significados e apresenta três grandes áreas: produção, consumo e comunicação. Nas duas primeiras, dá-se a negociação dos significados atribuídos aos produtos da moda em diversas fases (mediação das diversas culturas das empresas, as modalidades pessoais de consumo); a terceira põe em contacto os protagonistas das duas primeiras aumentando a circularidade do processo.” (Neves e Branco, 2000, pág. 40)

Em síntese, a moda pode ser entendida como uma indústria cultural, no que toca à produção e comercialização de produtos, premiando diversas culturas através de um sistema criativo representado por criadores, estilistas e designers que emitem valores simbólicos aos produtos, sendo uma das suas maiores características a efemeridade. Já a sua estrutura é pautada por fatores como a distinção social, a busca pela diferenciação individual e o desejo de pertencimento social, sempre com uma natureza dualista baseada na inovação e na imitação.

Já para um objeto ser considerado uma “obra de arte” é necessário que possua algumas características básicas para que possa ser assim classificado. Existe uma vasta panóplia de pontos de vista sobre a definição de arte, que remonta desde dos tempos antigos de Platão até aos mais recentes pensadores contemporâneos.

Etimologicamente, a palavra arte deriva do latim *ars*, que significa ordenar ou fazer ordem, da mesma forma que no grego *techné* corresponde à capacidade que o homem tem de pôr em prática uma ideia⁵. Para serem compreendidas as construções dos conceitos sobre arte, é necessário a discussão sobre algumas teorias desenvolvidas historicamente e defendidas por grandes filósofos da história. Pode-se então enunciar as concepções filosóficas de Platão (428-347 a.C.) e de Aristóteles (384-322 a.C.) que defendiam que só poderia existir o objeto sensível e sua essência. Porém, há divergências nas suas interpretações, já que para Platão a essência do objeto poderia existir independentemente dele próprio. (Machado, 2003)

Machado (2003, pág. 19) sintetiza a ideia de Platão dizendo que *“as entidades verdadeiramente reais - as formas ou as ideias - eram os modelos ideais dos objetos do mundo físico ou das situações reais as quais o homem deveria esforçar-se por atingir”*. Sendo assim, a ideia platônica era de que o mundo físico era uma cópia imperfeita de uma forma ou ideia sobre algo. Já Aristóteles defendia que a essência de um objeto poderia ser extraída junto ao próprio objeto empírico. Machado afirma que *“(...) a forma ou a essência de um objeto empírico é parte do mesmo tanto quanto seu conteúdo, sua matéria”*.

Interrelacionando os pensamentos de Platão e de Aristóteles no que toca à arte, ambos defendiam a teoria que arte se baseava na imitação. Porém Platão considerava a arte como a imitação do nada, pois mesmo que representasse fielmente um objeto, esta não era uma cópia perfeita do objeto real, sendo que a sua essência que não podia ser representada de forma sensorial. Aristóteles favorecia a arte, dizendo que a cópia ou imitação de algo, era uma representação idêntica da realidade, da natureza. Reforçando o pensamento que o objeto empírico era a representação perfeita da ideia ou da forma. (Machado, 2003)

Posteriormente, insatisfeitos com a teoria da imitação, muitos filósofos e artistas do século XIX apoiaram uma nova definição que procurava libertar-se dos obstáculos da imitação, o conceito de arte como expressão, onde os sentimentos e emoções do artista eram passados para a obra, sendo essa transmissão que classificava um objeto como arte. Esta nova teoria defendida pelo filósofo Clive Bell, considerava que o objeto da obra em si não era suficientemente completo para defini-la, existindo a necessidade de algo mais: o despertar de emoções em quem a observa. (Machado, 2003)

Ao longo dos anos, foram inúmeras as teorias criadas com a intenção de se compreender a vida e a existência do homem. É a partir dessa reflexão, que a teoria da estética e da beleza, foi levantada e defendida por alguns filósofos. O filósofo alemão, Immanuel Kant (1724- 1804), defendia que a teoria da estética se baseava em que o homem percebia a natureza para além dele e que procurava a verdade. Já a teoria da beleza era definida por este como uma fonte em que o prazer não tem utilidade prática. (Machado, 2003)

A teoria do filósofo Georg Hegel (1770-1831), sustentada até hoje, diz que Deus se manifesta na natureza e na arte sob forma de beleza. Para ele, Deus expressa-se de duas

⁵ Segundo <https://www.dicionarioetimologico.com.br/arte/>

maneiras, no objeto e no sujeito, na natureza e no espírito. Para definir a arte com precisão, Tolstói esclarece dizendo que *“devemos antes parar de olhar para ela como veículo de prazer e considerá-la como uma das condições da vida humana.”* (Peixoto, 2003, pág. 72)

A partir da era do capitalismo, surgiram novas concepções para tentar definir a arte, Karl Marx procurou no materialismo dialético fundamentar as suas ideias filosóficas, os pensamentos marxistas sobre a interpretação de arte são três: arte como ideologia, arte como forma de conhecimento e arte como criação. (Peixoto, 2003)

A arte na sociedade pode ser vista como parte estruturante da mesma, passando por interesses específicos das classes sociais. Conforme Peixoto (2003), o artista é visto como qualquer outro indivíduo historicamente datado, não ignorando a capacidade que a arte tem de lançar pontes ou estabelecer laços entre o homem de diferentes épocas, de diferentes realidades sociais e históricas. A obra de arte é uma parte integrante da realidade social, é um elemento da estrutura da sociedade, da expressão de produtividade social e espiritual do homem.

Outra interpretação vê a arte como forma de conhecimento, a arte como verdade, afim de uma maior aproximação com a realidade, sendo que o artista se aproxima da realidade a fim de captar as suas características, mas sem dissociar o reflexo artístico diante do real.

“A arte só pode ser conhecimento específico de uma realidade específica: o homem como um todo único, vivo e concreto - transformando a realidade exterior, partindo dela para fazer surgir uma nova realidade, ou obra de arte. O conhecer artístico é fruto de um fazer, o artista não converte a arte em meio de conhecimento copiando uma realidade, mas criando outra nova. A arte só é conhecimento na medida em que é criação. Tão somente assim pode servir à verdade e descobrir aspectos essenciais da realidade humana.”
(Peixoto, 2003, pág. 37)

Por último, Peixoto (2003) trata a arte como criação, não incluindo a arte como forma de ideologia ou como conhecimento, mas sim como uma atividade feita somente pelo homem como ser consciente e social, na qual produz algo novo com elementos da realidade.

“(...) criar é fazer existir algo inédito, um objeto novo e singular que expressa o sujeito criador e, simultaneamente, o transcende, enquanto objeto portador de um conteúdo de cunho social e histórico e enquanto objeto concreto, como uma nova realidade social.” (Peixoto, 2003, pág. 39)

Já Munari (1984), descreve um artista como:

“(...) autor de peças raras, únicas, feita pelas suas próprias mãos. (...) procurando exprimir, numa linguagem caracterizada visualmente por um estilo próprio, as sensações que nascem nele segundo os estímulos que recebe do mundo em que vive: trabalha para si próprio e para uma elite que o possa entender.” (Munari, 1984, pág.25)

Segundo o autor Maguire (1964), as principais características para definir uma “obra de arte” é a peça criada despertar algum tipo de sentimentos no seu observador (seja esta uma pintura ou uma obra de arquitetura), acrescentando ainda que a sua apreciação estética não deve ser definida pelos limites de beleza.

“Ao longo dos anos muitos filósofos ou estudiosos das artes classificaram-na sob muitos aspectos diferentes. Tolstói tinha uma visão moralista: “A arte é a transmissão para outras pessoas dos melhores e mais elevados sentimentos”. Ruskin foi mais emocional afirmando: “A primeira característica universal da arte é a ternura”, ou Baudelaire como defensor da estética manifesta-se: “A arte é o estudo do belo”, ou ainda Santayana hedonista defende: “O valor da arte reside em fazer as pessoas felizes.”⁶ (Malraux, 1967)

A filosofia considera a arte como sendo uma maneira que o homem tem de comunicar seus sentimentos e emoções. Como as teorias de Tolstói (2013) defendem, a arte não é algo a ser definido como uma atividade em que o resultado é a beleza. A beleza não pode ser definida objetivamente, e, portanto, não pode ser usada como critério para definir o que é, ou não, arte. O objetivo da arte não é apenas produzir beleza, proporcionar prazer, diversão ou entretenimento, mas é sim um veículo de expressão e é também um importante meio de comunicação de qualquer experiência, ou de qualquer aspeto da condição humana.

“(...) é a atividade humana que consiste em um homem comunicar conscientemente a outros, por certos sinais exteriores, os sentimentos que vivenciou e os outros serem contaminados desses sentimentos e também os experimentar.” (Tolstói, 2013, pág. 76)

Desta forma, a arte pode ser considerada como sendo uma forma de expressão, utilizada pelo artista para exprimir alguma situação, ideologia, sentimento, informação e conhecimento, definindo-a como sendo a iniciativa de expor algo. A partir desta análise no que toca às correntes filosóficas é possível observar que as definições para o conceito de arte variam em torno apenas da interpretação realizada pelo espectador perante a obra em si, e de que forma esta os afeta.

⁶ Tradução livre.

Capítulo II

2 - Moda e Arte: Discussão

A arte e a moda possuem aspetos distintos quando se trata de analisá-los historicamente, pois a arte tem uma forma muito própria de questionar o seu material devido à sua tradição histórica que se relaciona com a forma de comunicação das obras, ou seja, os artistas consideram a história como uma ideologia, que transpõem nas suas criações, retratando determinado período da história. O vestuário é visto em obras artísticas históricas, como parte integrante de uma época, que são várias vezes recriadas de acordo com os ideais modernos pelos criadores de moda, mas ao contrário da arte, na moda não é suposto adotar as ideias, princípios e tipologias passadas, mas sim ser progressiva e liberal em termos de aplicação histórica, tendo como base a pesquisa de estilos passados. O processo de design de um vestido ou qualquer outra peça de vestuário, pode estar relacionada com a ideologia do passado, como o corte ou silhueta, podendo ainda ter intencionalmente outra forma de uso.

O ato de vestir é carregado de simbologias, é através deste que um indivíduo tem a capacidade de se expressar, ajudando-o a alcançar a sua individualidade num grupo. A construção dessa identidade passa pela seleção do vestuário e dos acessórios, que o faz sentir-se integrado e ao mesmo tempo único. Este tipo de articulação da identidade através do vestuário é já um indício para aproximar a arte da moda, uma vez que esta pode ser entendida como a arte de adorno/decoração do corpo humano.

No entanto, se a moda pode ser considerada uma arte, sobre este ponto de vista, esta arte será tão válida como as restantes?

No século XVIII, existiu uma separação entre as artes e os ofícios, denominando-as de artes maiores e artes menores, que no caso da costura se inseriu nesta última categoria. Mas desde que a Alta-costura foi introduzida, por volta de 1860, a moda aspirou a ser reconhecida como uma arte de pleno direito. Esse foi o caso de Charles Frederick Worth e Paul Poiret. A carreira de Worth promoveu a emancipação do criador de moda, que deixou de ser um simples artesão, subordinado aos desejos do cliente, para se tornar num criador livre que conforme a sua visão desta arte, criava obras baseadas na sua subjetividade. Já o desejo de obter reconhecimento artístico através das obras e da sua posterior exposição, foi extremo no caso de Poiret, afirmando mesmo *“sou um artista, não um costureiro”* (Svendsen, 2010, pág. 70). Este começou a dar nomes às suas criações como “Magiar” e “Bizantino”, ao invés dos números usados até então, provavelmente para acrescentar uma simbologia às suas roupas. (Svendsen, 2010)

No entanto, os criadores nunca conseguiram ganhar pleno reconhecimento como artistas, mas as tentativas continuaram. Um dos exemplos mais impressionantes deste anseio, foi o nascimento, no ano de 1989, da roupa conceptual, que tinha como fundamento *“virar as tradições pelo avesso”* (Svendsen, 2010, pág. 70) como, por exemplo, a projeção de roupas com

as costuras do lado de fora, que se pode equiparar à tendência da arte moderna de acentuar a materialidade da obra (por exemplo, deixar os traçados a lápis claramente visíveis na pintura).

“Muitos estilistas usaram estratégias comumente mais associadas às artes contemporâneas que ao mundo da moda, criando roupas mais apropriadas a exposições em galerias e museus que a serem realmente usadas. Os desfiles de Hussein Chalayan se assemelharam muitas vezes mais a instalações de arte que a desfiles de moda. Numa mostra de 1994, por exemplo, as roupas foram acompanhadas por um texto que explicava como tinham sido produzidas, e como tinham passado várias semanas enfiadas debaixo da terra antes de serem desenterradas e mostradas na passarela. Ele afirmou, com certa razão, que muitas de suas criações ficariam melhor numa parede de museu que num corpo humano.” (Svendsen, 2010, pág. 70)

Assim, é possível afirmar uma aproximação da moda com a arte, através dos dogmas da arte contemporânea que consistem em expressar ideias ou conceitos. O significado de expressar a ideia não é relevante, esta pode tratar-se de roupa, escultura, um edifício ou uma pintura, mas o essencial aqui é a forma de divulgação desta ideia ou emoção e de que modo esta é recebida pelo público.

No entanto, como visto no capítulo anterior, o vestuário não funciona apenas como uma expressão de conceitos, mas também como mercadoria de valor comercial. O afastamento do mercado sempre foi uma estratégia importante para aumentar o valor cultural na moda, mas é importante perceber que o valor cultural é usado posteriormente para gerar valor financeiro. Svendsen (2010) acredita que a moda se situa num espaço entre a arte e o capital, como o caso da marca *Comme des Garçons*, de Rei Kawakubo, que apesar da sua estética de vanguarda é um negócio que movimenta mais de 100 milhões de dólares por ano.

Desde o tempo de Paul Poiret que a arte foi utilizada para aumentar o valor cultural dos criadores. Estes dispensavam bastante tempo em desenvolver contactos com artistas famosos, patrocinar performances artísticas e jantares com renomados nomes das artes como meio de se integrarem no mundo das artes e aumentar o seu valor cultural. Por exemplo Coco Chanel era bastante próxima de Picasso e Stravinsky, e criou peças de vestuário para Cocteau e Diaghilev.

*“O restabelecimento de relações amigáveis entre a indústria da moda e o campo da arte se intensificou muito nas décadas de 1980 e 1990. Os ateliês de moda empregaram artistas renomados para aumentar sua credibilidade artística, como quando Cindy Sherman fez fotos de moda para *Comme des Garçons* e Nan Goldin para *Helmut Lang* e *Matsuda*. Não foi um fenômeno completamente novo: *Man Ray*, por exemplo, fez fotografias de moda. *Tracey Emin* criou anúncios para *Vivienne Westwood*. *Helmut Lang* instalou um letreiro de neon de *Jenny Holzer* em sua boutique de Nova York, *Julian Schnabel* trabalhou como designer de interior para *Azzedine Alaïa*, e *Frank Gehry* para *Issey Miyake*. *Hugo Boss* criou um prêmio de arte que é concedido em*

colaboração com o Guggenheim Museum, e Calvin Klein patrocinou várias exposições, enquanto Gucci foi mecenas do escultor Richard Serra e da artista performática Vanessa Beecroft.” (Svendsen, 2010, pág. 71 e 72)

A maioria dos grandes *ateliers* de moda patrocina de forma ativa os museus de arte contemporânea, de forma a estreitar as suas relações com o mundo da arte, sendo posteriormente recompensados com convites para exposições nessas mesmas instituições, que de alguma forma parecem ter a capacidade mágica de transformar objetos comuns em arte. Algumas *maisons*, como Prada e Cartier, decidiram ir além do papel tradicional de patrocinadores da arte e fundaram os seus próprios museus, como forma de expandir o seu valor simbólico. Para Svendsen (2010), uma das formas de colocar valor simbólico num objeto é colocá-lo ao lado de outros que o possui, porque esse é um tipo de valor “contagioso”, daí ser tão importante para a moda entrar no domínio das instituições reservadas à arte, como forma de se equiparar a esta.

O aspeto mais artístico que se pode delinear na moda está associado à sua exibição. Poiret foi o primeiro criador a transformar o desfile de moda num evento social impressionante. Mas no final do século XX é que se observou uma explosão de criatividade neste campo, como quando John Galiano transformou um estádio de futebol numa floresta saída de um conto de fadas. Inicialmente existiu uma grande controvérsia devido ao facto dos desfiles se terem tornado num espetáculo que desviava a atenção do foco principal do evento: o vestuário. Devido à sua grandiosidade e extravagância para gerar o máximo de publicidade, tornou-se evidente que a Alta-costura se tinha transformado parte da indústria do entretenimento. (Svendsen, 2010)

Segundo Walter Benjamin (1987[1936]), cujos estudos estão no centro desta dissertação, a essência da obra de arte tinha sido transformada radicalmente pela possibilidade da reprodução técnica. Para este, a obra de arte caracteriza-se pela sua singularidade, uma vez que só existia um único exemplar dela, contendo em si o que designou por “aura”. Essa singularidade ficou ameaçada pela reprodutividade, onde o único e o autêntico é substituído pela diversidade e pela cópia. Apesar dessa dissolução, o autor afirma que a massificação pode trazer potenciais progressos, uma vez que a perda de aura não significa que a experiência estética esteja perdida, mas sim mudar a sua natureza e abandonar o belo, produzindo a experiência estética através do choque. Esta premissa de Benjamin permite fazer uma analogia na moda, onde o único e autêntico - personificado pela Alta-costura - é substituído por um número infinito de cópias - Prêt-à-porter. Segundo historiadores, a Alta-costura sempre serviu de base para a difusão de tendências na esfera da moda, pois é nela que acontecem as grandes inovações, que são depois copiadas pelas indústrias de massas.

É possível observar o choque descrito por Benjamin em diversas apresentações de moda que assumem uma postura artística de vanguarda, aproximando a moda e a arte:

“O principal personagem da segunda coleção de McQueen para Givenchy, Eclect Dissect (verão de 1997), foi um cirurgião e colecionador que,

na virada do século XVIII para o século XIX, viajou pelo mundo todo colecionando objetos exóticos, inclusive mulheres, para dissecá-las e recompô-las novamente em seu laboratório. O tema então popular do “serial killer”, enfocado em vários filmes, foi associado às modas vitorianas. Sob muitos aspectos, foi uma performance bem-sucedida, do ponto de vista estético - pois tratou-se de uma performance, mais que de qualquer outra coisa - mas ao mesmo tempo deu a impressão de estar se esforçando um pouco demais para ser arte e não um desfile de moda tradicional. McQueen declarou interesse, antes de tudo, em provocar uma reação na plateia, e preferiu um desfile que provocasse náusea a um que fosse apenas um agradável coquetel.” (Svendsen, 2010, pág. 73 e 74)

Sobre o ponto de vista de Steele (2010), para além dos criadores de moda aumentarem o seu círculo social e cultural através da convivência com os artistas, como visto acima, existiram momentos em que a moda faz uso da arte para se inserir no meio artístico. Existe uma transação mútua entre artista, design e história, uma vez que a moda pode usar uma obra de arte específica, um movimento ou qualquer outro tipo de referência do mundo da arte nas suas criações. Este tipo de transação mútua pode ocorrer em diferentes níveis, como sugere Steele (2010, pág. 31):

- O criador de moda emprega artistas para a decoração do vestuário, como o caso de Salvador Dali trabalhar para Elsa Schiaparelli em 1937;
- A moda torna-se parte do estilo contemporâneo devido ao uso da pintura decorativa no vestuário, como a coleção de Pop Art de Yves Saint Laurent em 1966;
- O artista torna-se “criador de moda” ao intervir no processo de criação do vestuário;
- A apresentação das coleções de moda torna-se num “quadro vivo” histórico-artístico, tal como aconteceu no ano de 1994 no desfile de Vivianne Westwood, onde esta criadora citou o trabalho de artistas do Segundo Império;
- A rendição da moda a revistas e a outros meios de comunicação promocionais, inserem a criação de moda (design) no ambiente da arte, como aconteceu nas fotografias de Karl Lagerfeld, em 1997, onde motivos da Bauhaus foram deliberadamente copiados.

Quando se fala em moda, o que incluiu qualquer área, é bastante comum pensar que esta necessita de algum tipo de inspiração para a criação, sendo a arte uma das melhores fontes para tal. No processo de criação de um trabalho, onde a ilustração do croqui é realizada através do uso das formas de Picasso, ou segundo a paleta de cores de Matisse, acrescenta ao mesmo uma profundidade à ilustração no que toca às características estéticas. Assim, um criador que interage com o mundo artístico, vai consequentemente aplicar conceitos de arte na moda, através de representações pictóricas. O uso de diferentes percepções, serão depois transpostos na escolha de materiais e de cortes, manifestando uma percepção diferente de como o corpo é representado através da roupa.

Assim, torna-se evidente mais uma aproximação entre estas duas disciplinas. Ambas passam pelo processo da inspiração e da ilustração de ideias (que pode ser em papel ou em

outra superfície), durante o processo criativo. Se na moda o processo criativo culmina com a confecção do que foi projetado, na arte este se encerra quando a obra é exposta para a apreciação do público, num espaço designado para tal fim, como é o caso de museus e galerias. Mas neste ponto de vista, podemos dizer que a moda, de forma consciente, também se pode submeter a este tipo de apreciações, como é o caso dos desfiles e dos editoriais de moda, no entanto esta prática não é essencial para o decorrer do processo criativo.

Quando Worth criou os primeiros desfiles de moda, no século XIX, este formou também um vínculo de aproximação com a arte, deixando que os seus trabalhos fossem apreciados pelo público. Este tipo de afinidade, mostra que a moda se tentou aproximar ao máximo das características que definem a arte, um razão pela qual os costureiros da Alta-costura se consideravam artistas, como o caso de Worth e Poiret. As criações destes costureiros eram criadas à luz da história, com motivos ou estilos específicos dos movimentos artísticos, fazendo uma mesclagem entre estes e a percepção do corpo humano e como este deve ser vestido.

Como forma de encerrar esta discussão, pode-se observar que o limiar entre a moda e a arte se tem dissolvido, mantendo um diálogo de convivência bastante próximo. Não há como negar que a moda é uma característica cultural dos tempos modernos. A moda é o reflexo do hoje, do agora, do que somos e do meio em que se vive. Se a obra de arte se circunscrita na esfera da cultura, que é comum ao artista e aos grupos humanos, pode sim considerar-se a moda como uma arte. Uma arte que conta com a participação do criador, do utilizador e do espetador, onde a função de proteção do corpo se conjuga à apreciação, sugerindo novas e múltiplas interpretações, fazendo com que a moda seja uma criação artística presente na vida quotidiana.

Capítulo III

3 - Aproximações entre a Moda e Arte

Segundo Lipovetsky (2010), ao esquematizar o percurso histórico da moda pode-se observar que a partir de meados do século XVIII, os trabalhos relacionados com o mundo da moda como os cabeleireiros, os sapateiros e os “comerciantes de moda” eram considerados pelos outros e por eles próprios como “artistas sublimes”. O autor afirma ainda que no século XIX, a mudança de estatuto ocorre com mais força devido ao trabalho de Charles Frederick Worth, pois a partir desse momento, o costureiro passa a usufruir de um prestígio extraordinário, quando “(...) é reconhecido como um poeta, seu nome é glorificado nos jornais de moda, aparece nos romances sob os traços do esteta, árbitro incontestado das elegâncias; à semelhança de um pintor, as suas obras são assinadas e protegidas pela lei.” (Lipovetsky, 2010, pág.111)

A moda foi regenerando-se de acordo com os diferentes períodos históricos e com a inspiração dos criadores. Com a Revolução Industrial a moda ganhou cada vez mais força, uma vez que existiu um aumento do poder económico e, a aparência tornou-se um símbolo de riqueza e estatuto social. Por consequência, o aumento da classe burguesa e a revolução industrial afetou a moda através da diversidade de gostos e do surgimento de novos materiais, que traziam a possibilidade de criar looks diferenciados. Os criadores e os alfaiates da época fizeram uso das suas capacidades e imaginação para atender às novas necessidades dos seus clientes, que procuravam a novidade e ao mesmo tempo a exclusividade. (Lipovetsky, 2010)

É neste contexto histórico descrito por Lipovetsky (2010), que a moda e a arte começam a estabelecer relações de interdisciplinaridade entre si. A transposição de informações de uma área para outra acontece quando a Alta-costura, introduzida por Worth, tenta reclamar o seu espaço no universo das artes através de um diálogo bem próximo com esta área, como foi observado no capítulo anterior. No entanto, os seus sucessores, como Paul Poiret, Elsa Schiaparelli e Galiano continuaram essa aproximação entre a moda e a arte, criando um limiar cada vez mais reduzido.

O costureiro francês, Paul Poiret (1879-1944), apelidado como o “Rei da Moda” ou “Le Magnifique”, executou uma série de transformações no vestuário feminino, entre elas a inserção do sutiã e dos vestidos fluidos, que vieram substituir os *coursests*⁷ e os vestidos sumptuosos. (Steele, 2012)

⁷ *Coursests* (espartilho) - Espécie de colete com tiras de aço ou barbas de baleia para comprimir e dar airosidade ao corpo. Fonte: <https://www.priberam.pt>



Figura 1 - Paul Poiret. Fonte: <http://bigskythinkbigblog.com/tag/f-schumacher-co/> - Acesso 14/05/2018

A sua fabulosa capacidade na arte da costura, trouxe uma nova abordagem ao ponto de vista estético da época, ao criar uma linha de vestuário completamente diferente. Esta era transversalmente oposta à ostentação marcada pelo típico vestuário da época, embora continuasse a ser incrivelmente requintado. O seu método de criação passava pelos drapeados, executados em tecidos sobre o corpo, e pela grande influência oriental que era transposta nas suas criações. A qualidade dos seus materiais e o acabamento nas suas peças, levaram a que Poiret se tornasse numa das principais e mais respeitadas figuras da moda daquela época. Os seus coordenados tinham como características o orientalismo, o romantismo e o glamour, sendo ainda percebidos como quase teatrais. (Steele, 2012)



Figura 2 - Criação de Poiret, Harem Ensemble, 1911. Fonte: <https://www.metmuseum.org/toah/works-of-art/1983.8a,b/> - Acesso a 14/05/2018

“(...) Paul Poiret was one of the most influential avant-garde fashion designers of the early twentieth century. After working briefly for the house of Worth, Poiret established his own couture house, which specialized in advanced, often Orientalist, styles that revolutionized the look of prewar fashion. Like Worth before him, Poiret styled himself as an artist, and he also patronized other advanced artists in illustration and theater. “Ladies come to me for a gown as they go to a distinguished painter to get their portraits put on canvas. I am an artist not a dressmaker,” declared Poiret in 1918. Yet he created not only expensive originals for individual elite clients, but also collaborated in the production of multiple copies of his designs for a broader consumer market.” (Steele, 2012, pág. 16)

Poiret mantinha uma estreita ligação com o universo da arte, fazendo várias visitas a museus de forma a reavivar a sua sensibilidade artística, preferindo as inspirações do novo movimento impressionista. Para além deste contato, Poiret pedia ainda a colaboração de artistas para a realização das suas ilustrações, fazendo com que estas se revestissem com um carácter artístico. Outra relação que este criador mantinha com a arte era através do teatro, a base de inspiração para as suas criações de Alta-costura. (Steele, 2012)

Também Elsa Schiaparelli através do seu círculo social, mantinha contactos com vários artistas do movimento da arte da época de 1920, o surrealismo. Entres estes estão Salvador Dalí e Jean Cocteau, que colaboraram com esta criadora na execução de algumas peças de vestuário, estreitando assim as relações entre a moda e a arte. Esta parceria culminou com o desenvolvimento de tecidos criados a partir de novos materiais, o rayon e o celofane, que foram usados nas peças de Schiaparelli. Para além do vestuário, estes materiais também foram usados em acessórios como malas, colares, luvas e chapéus, que possuíam uma estética incomum para a época, transmitida através das formas e das cores vivas. (Broega, Gursoy e Refosco, 2011)



Figura 3 - Vestido Esqueleto de Elsa Schiaparelli com a colaboração do artista Salvador Dalí, Victoria & Albert Museum. Fonte: https://www.metmuseum.org/toah/hd/elsa/hd_elsa.htm - Acesso 14/05/2018



Figura 4 - Elsa Schiaparelli e Cocteau, Evening Jacket, 1937, The Metropolitan Museum of Art. Fonte: <https://www.metmuseum.org/toah/works-of-art/2009.421/> - Acesso 14/05/2018

Já John Galliano, criador britânico, projeta as suas criações como uma ideologia bastante artística, que remete para o processo criativo de Poiret. Galliano chamou a atenção do universo da moda quando começou a desenhar para a famosa *maison* Dior. Este criador nunca teve medo de mostrar o seu talento artístico, nem reconsiderou em mudar de direção no início da sua carreira, quando o seu trabalho ao “nível da arte” não era reconhecido. (Broega, Gursoy e Refosco, 2011)



Figura 5 - John Galliano, Spring 2007, Ready-to-Wear. Fonte: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2007-ready-to-wear/john-galliano/slideshow/collection#40> - Acesso 14/05/2018

A sua primeira aparição como diretor criativo da Dior foi na apresentação da coleção de Alta-costura de Primavera/Verão 1997, conseguindo através desta a revitalização da imagem da marca, reaproximando-a da ideologia inicial do seu fundador Christian Dior. Os críticos

afirmam que Galliano merecia ser intitulado como “afilhado” de Dior ou considerado como o “Picasso” da moda, uma vez que as suas criações de *haute-couture* são extremamente extraordinárias. (Broega, Gursoy e Refosco, 2011)

Os seus desfiles são constantemente carregados com uma nuvem de dramatismo, o que combina na perfeição com as suas criações quase teatrais, que mostram as suas aptidões artísticas e de como a moda e a arte se podem fundir. Essa ligação ao teatro está bastante enraizada neste criador, uma vez que Galliano tinha um estreito laço com esta forma de arte, um exemplo disso é a sua primeira coleção intitulada de “*Les Incroyables*”, que foi inspirada na revolução francesa e na peça teatral “*Danton*”, onde este trabalhou como figurinista, havendo assim uma influência desta arte nas suas criações. (Broega, Gursoy e Refosco, 2011)



Figura 6 - Coleção de Galliano “*Les Incryabels*”, Londres 1988. Fonte: <https://agnautacouture.files.wordpress.com/2014/05/1984-john-galliano-graduated-show-from-st-martin.jpg?w=490&h=334> - Acesso 14/05/2018

Segundo Broega, Gursoy e Refosco (2011), Galliano afirma que o seu objetivo é fazer as pessoas sonhar, seduzindo-as a comprarem roupas magníficas, sendo que para tal utiliza o máximo das suas capacidades. Declarando ainda que o seu trabalho incide sobre a feminilidade e o romance, sobre a arte de ultrapassar os limites da criação. Assim, para ele o ato de criar peças de vestuário é equiparado ao processo criativo artístico, onde a inspiração provém das suas próprias experiências pessoais.

A ligação entre a moda e a arte aumenta, especialmente no século XX, com a chegada de criadores orientais, que através do *Avant-garde* apresentam peças de vestuário bastante incomuns, com um carácter bastante inovador e contemporâneo, contendo, no entanto, um trabalho de “artista” tanto na modelação como na utilização de materiais diferentes.

Kawamura (2005) aponta três grandes referências de criadores orientais, que a partir de 1980 revolucionaram o mundo da moda através do uso de técnicas e de materiais diferentes, estes são: Rei Kawakubo, Issey Miyake e Yohji Yamamoto.

A marca *Comme des Garçons*, de Rei Kawakubo, surgiu nos anos 70, mas só na década de 80 é que este criador se destacou quando desafiou a moda europeia ao apresentar uma coleção contrastante com tudo o que existia até a data, devido à ausência de brilhos e ostentação, apostando na uniformidade com uma silhueta bem definida. Algumas das suas peças faziam referência ao fim do mundo, à tragédia de Hiroxima e à influência do movimento punk, apostando em looks sem maquilhagem e saltos altos que mostravam ao mesmo tempo pudor e reserva. A sua imagem de marca passava pela falta de convencionalidade criando peças destruturadas a ponto de estarem totalmente rasgadas ou com ausência de alguns elementos. (Broega, Gursoy e Refosco, 2011)



Figura 7 - Comme des Garçons, Fall 2016, Ready-to wear. Fonte: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2016-ready-to-wear/comme-des-garcons/slideshow/collection#6> - Acesso 14/05/2018

Issey Miyake estudou *design* gráfico no Japão, prosseguindo posteriormente a sua carreira em Paris onde trabalhou com Guy Laroche e na *maison* Givenchy, sendo que em 1970 retornou a Tóquio onde abriu o seu próprio *atelier*. A sua imagem de marca são os seus trabalhos arquitetónicos com referências à arte do origami através de dobras, pregas e sobreposições. O seu processo criativo é baseado na arte, afirmando que quando cria os seus modelos o faz como um artista plástico atuando sempre com muita liberdade. Segundo Miyake, essa liberdade é conseguida através da mistura de materiais invulgares como plásticos, estruturas de arame e tecidos, em papel ou verga, que garantem às suas criações efeitos únicos e diferentes. (Broega, Gursoy e Refosco, 2011)

A sua principal fonte de inspiração passa pelo trabalho de plissados de Mariano Fortuny, mas ao contrário deste, os seus tecidos não são de seda, mas sim de fibras e cores sintéticas, sendo a sua linha Pleats Please (lançada em 1993) sempre reeditada e utilizada de diversas formas, demonstrando assim a sua influência e veia artística na área da moda. (Broega, Gursoy e Refosco, 2011)

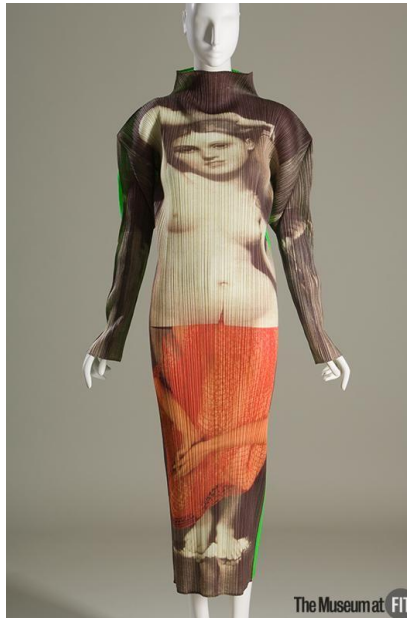


Figura 8 - Vestido Pleats Please de Issey Miyake, 1996. Museu Tèxtil i d'Indumentària de Barcelona, Espanha. Fonte: <http://fashionmuseum.fitnyc.edu/view/objects/asitem/767/84/dynasty-desc?t:sate:flow=ff521c92-dbcf-455a-8d06-8a224aa9a7f3> - Acesso 14/05/2018

Yohji Yamamoto apresentou a sua primeira coleção em Tóquio e posteriormente nas principais capitais da moda, fazendo um enorme sucesso mundial. As suas principais características são as peças pretas assimétricas, silhuetas abstratas e sapatos rasos. Yamamoto tem uma enorme perícia no que toca ao corte e à modelação das suas peças, que por norma possuem bastante volume conseguido através de uma técnica de corte especial (na diagonal). Nas suas criações é possível observar uma relação entre o corpo e o vestuário, sendo ainda possível verificar a ideia de movimento presente nas peças, sendo a versatilidade a prova disso. (Broega, Gursoy e Refosco, 2011)



Figura 9 - Yohji Yamamoto, Fall 2016, Read-to-Wear. Fonte: <https://wwd.com/fashion-news/shows/reviews/gallery/yohji-yamamoto-rtw-fall-10380888/#!9/yohji-yamamoto-rtw-fall-2016-37/> - Acesso 14/05/2018

Outro exemplo mais contemporâneo, que prova que a moda e arte se aproximam, é a criadora de arte e de moda Pia Myrvold. Apesar de ser mais conhecida pelas suas pinturas e pelos seus trabalhos no ramo da multimédia, a sua mente criativa trabalha versatilmente possibilitando a mistura de todos os ramos da arte. Um dos seus trabalhos mais conhecidos é a primeira coleção de moda interativa, apresentada em 1997, intitulada de “Dada Memory”, que resultou da colaboração entre Myrvold, o compositor Rolf Wallin e o NOTAM⁸. Esta parceria culminou numa apresentação de moda, onde as modelos pressionavam botões embutidos nas roupas para ativar som e imagem, usando assim o vestuário como uma *interface* eletrónica. (Broega, Gursoy e Refosco, 2011)

Pia Myrvold também participou e coordenou o projeto *Cybercouture*, em 1998, a partir do seu atelier em Paris, que tinha como objetivo o desenvolvimento de um *software* onde os seus clientes personalizavam as suas peças, escolhendo os padrões para a criação de desenhos que eram instantaneamente convertidos em protótipos. Esta foi uma ideia que lhe rendeu bastante visibilidade em termos publicitários, tendo sido os seus trabalhos expostos diversas vezes em espaços de arte prestigiados na Noruega. Assim, esta criadora é a prova viva de como a moda está cada vez mais interligada não só com a arte, mas também com as tecnologias emergentes. (Broega, Gursoy e Refosco, 2011)

⁸ Norwegian Center for Technology in Music and the Arts.

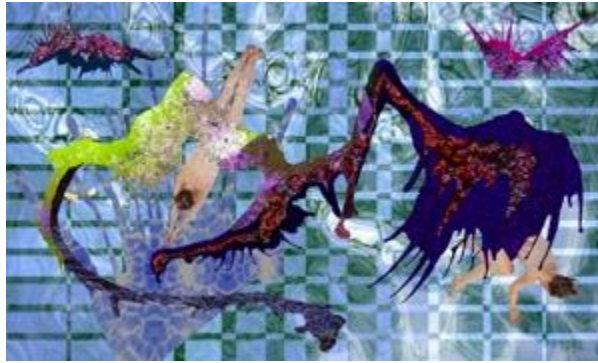


Figura 10 - Pia Myrvold, Bathhouse, 2009. Fonte: <https://www.artslant.com/global/artists/show/107214-pia-myrvold?tab=ARTWORKS> - Acesso 14/05/2018

No entanto, para além destes estreitamentos que ocorreram entre a moda e a arte, a forma mais comum de ver as aproximações entre estas duas áreas é quando a arte serve de inspiração direta para a criação de peças de vestuário, mais concretamente através da transferência da obra (ou fragmentos desta) para tecidos que posteriormente são utilizados no âmbito da moda. A arte é uma fonte quase inesgotável de referências, sendo diversos os movimentos artísticos, artistas e obras que oferecem uma grande panóplia de inspirações.

- Yves Saint Laurent VS Mondrian:



Figura 11 - Yves Sain Laurent (1965) VS Mondrian. Fonte: <https://bibliobelas.wordpress.com/2011/07/12/35-roupas-inspiradas-nas-artes-plasticas-modaarte/> - Acesso 20/05/2018

A paixão de Yves Saint Laurent pela pintura foi expressada através da projeção das obras dos artistas que admirava nas suas criações de moda. Este diálogo com a arte foi mantido durante toda a sua carreira, começando pela coleção de outono/inverno de 1965, em homenagem a Piet Mondrian. O resultado culminou em peças com uma representação têxtil em lã das obras do artista holandês, onde a geometria era o principal foco.

- Yves Saint Laurent VS Van Gogh:

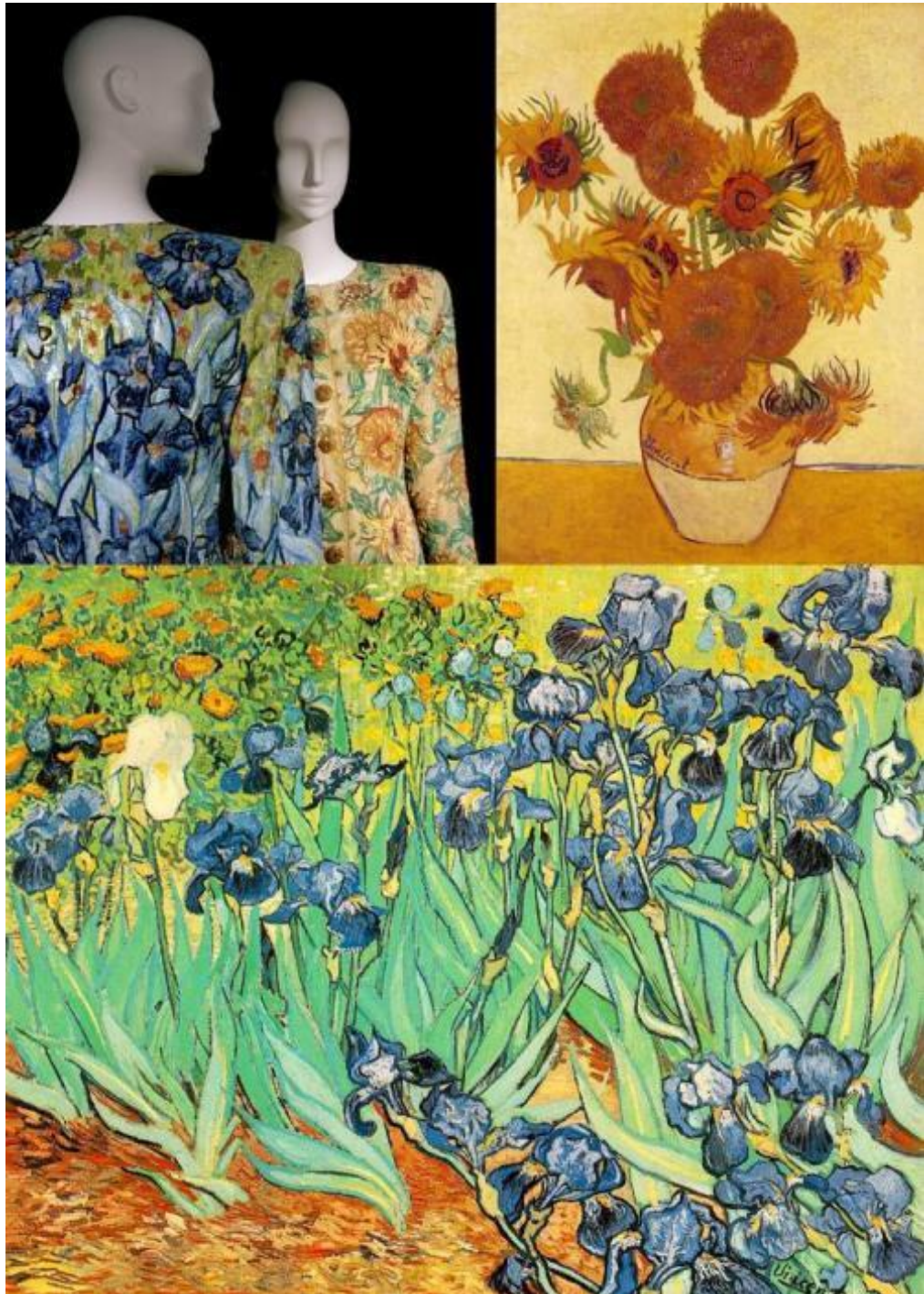


Figura 12 - Yves Saint Laurent (1988) VS Van Gogh. Fonte: <https://bibliobelas.wordpress.com/2011/07/12/35-roupas-inspiradas-nas-artes-plasticas-modaarte/> - Acesso 20/05/2018

Outro exemplo de homenagem que Yves Saint Laurent fez a um dos seus artistas preferidos, Van Gogh. O tributo a este artista foi feito através da sua coleção primavera/verão de 1988, ao recriar as pinturas *Irises* e *Sunflowers* (pinturas do século XIX) em casacos bordados pela *maison* Lesage. O costureiro criou tantas nuances de cores e de detalhes florais que cada

casaco exigiu mais de seiscentas horas de trabalho manual, tornando-as numa das peças mais caras do mundo.

- Galliano VS Rothko:



Figura 13 - Galliano (2007) VS Rothko. Fonte: <https://bibliobelas.wordpress.com/2011/07/12/35-roupas-inspiradas-nas-artes-plasticas-modaarte/> - Acesso 20/05/2018

Para celebrar os 60 anos da casa Dior, o criador John Galliano produziu uma coleção (Couture Fall 2007) inspirada também nos seus artistas favoritos. Este exemplo explícito na figura 13, remete para o quadro *White Center*, pintado em 1950 por Mark Rothko. Esta alusão

a obra de Rothko é bastante visível através da utilização das cores que passaram da tela para o vestido criado por Galliano.

- Galliano VS Monet:



Figura 14 - Galliano (2007) VS Monet. Fonte: <https://bibliobelas.wordpress.com/2011/07/12/35-roupas-inspiradas-nas-artes-plasticas-modaarte/> - Acesso 20/05/2018

- Galliano VS Degas:



Figura 15 - Galliano (2007) VS Degas. Fonte: <https://bibliobelas.wordpress.com/2011/07/12/35-roupas-inspiradas-nas-artes-plasticas-modaarte/> - Acesso 20/05/2018

Na mesma coleção (Couture Fall 2007), o autor ainda fez referência a outros artistas como Monet (Figura 14) e Degas (Figura 15). No primeiro exemplo é possível ver a transposição de cores da tela de Monet, intitulada *Vétheuil* (1901) para o vestido criado por John Galliano. Já no segundo exemplo (Figura 15) é possível observar que os tons e as texturas da saia bailarina pintada por Edgar Degas (1885), trespassaram-se para a criação de Galliano através dos pormenores do busto e dos ombros.

- McQueen VS Escher:



Figura 16 - McQueen (2009) VS Escher. Fonte: http://jemalees.blogspot.com/2011_11_01_archive.html
- Acesso 20/05/2018

Em 2009, as ilusões inquietantes de Escher tornaram-se em Alta-costura pelas mãos de Alexander McQueen. Este criador produziu peças extraordinárias, cujos padrões remetem para o quadro *Metamorfose II*, criado por Escher em 1939/1940.

- Prada VS Giacomo Balla:



Figura 17 - Prada (2014) VS Giacomo Balla. Fonte: <https://ilpiccolomondodicri.wordpress.com/2014/03/10/moda-arte-semana-de-moda-em-milao/> - Acesso 20/05/2018



Figura 18 - Prada (2014) VS Giacomo Balla. Fonte: Fonte: <https://ilpiccolomondodicri.wordpress.com/2014/03/10/moda-arte-semana-de-moda-em-milao/> - Acesso 20/05/2018

Em 2014, a marca Prada apresentou na Milão Fashion Week, uma coleção que remetia para a atmosfera da Alemanha dos anos 70, através dos padrões utilizados. A inspiração para estes proveio de Giacomo Balla e dos seus estudos sobre o carácter técnico-científico da decomposição da cor e da luz, sobre a dinâmica do movimento e da velocidade. Na Figura 17 é

possível observar a sugestão de movimento no padrão estampado no vestido de seda, que se assemelha a obra *Velocidade de um Automóvel*, realizada por Balla em 1912. Já na Figura 18 o padrão geométrico utilizado faz uma alusão direta para a obra *Studio per Mobile Futurista*, de 1920, através das cores e das formas.

- Versace VS Andy Warhol:



Figura 19 - Versace (2017) VS Andy Warhol. Fonte: <http://www.fashionisers.com/fashion-news/the-best-fashion-art-collabs-of-2017/>; <https://iakodaeko.wordpress.com/all/art/art-paintings/oil-paintings-pop-art-painting-a027/>; http://ipaintingsforsale.com/painting/marilyn_monroe_pink-10830.html - Acesso 20/05/2018

Em 2017 Donatella Versace prestou um tributo ao seu irmão Gianni Versace, falecido em 1997, através de uma coleção com uma ideologia ligada ao movimento da Pop Art. Utilizando padrões que remetiam para as obras de Warhol, mais concretamente as pinturas de Marilyn Monroe (1967) e James Dean (1985), Donatella preencheu ainda as suas criações com as cores vibrantes e chamativas que caracterizam o movimento da Pop Art.

Capítulo IV

4 - História da Alta-costura

4.1 - As Origens

Para Costa (2013) criação de vestuário de alto luxo tem como lugar de excelência a França, país de habilidosos e inovadores artesãos que ao longo do tempo produziram objetos extraordinários e refinados, com a utilização de materiais nobres e de técnicas de produção precisas, que despertou o desejo pela perfeição, pela beleza estética e pela exclusividade, sendo esta última entendida como algo único, pouco acessível e que promove a distinção social.

Segundo esta autora, o aparecimento da Alta-costura é datada nos meados do século XIX, mas a sua origem provém, inicialmente, das vestes utilizadas pelos reis e rainhas da Europa, marcadas pela suntuosidade e pela mão de obra artesanal, dando à aparência uma elevada conotação de estatuto social. Assim, a Alta-costura resultante da tradição e do trabalho do artesão, também viria posteriormente a demarcar a fronteira entre as classes mais favorecidas e o resto da população.

Historicamente, o luxo e a riqueza do vestuário associados à história da França remetem ao século XVI, quando o rei e a corte se estabeleceram em Paris no Palácio do Louvre. Esta mudança impulsionou os sectores económicos urbanos, no sentido de responder à crescente procura de produtos de luxo. A proximidade da corte estabelecida na cidade transformou a forma de vestir, criando uma nova tendência da extravagância e do exagero através do vestuário de luxo. Assim, fatores como a diversidade do corte, tecidos e cores foi exponencialmente valorizada pelas elites, para as quais não bastava apenas uma túnica, mas sim uma grande diversidade e quantidade de peças. (Costa, 2013)



Figura 20 - Corte Francesa do século XVI, Reinado de Luís XIV. Fonte: <http://externatohistoria.blogspot.com/2013/10/manifestacoes-da-hierarquia-social-no.html> - Acesso 20/05/2018

Foi neste período que os alfaiates, costureiras, bordadores e tingidores assumiram um papel de destaque em relação aos artífices das outras áreas, devido à sua responsabilidade de transpor no vestuário toda a ostentação e esplendor da corte. Porém, a formação de padrões de vida baseados na sofisticação e elegância foi redefinida, na França no século XVII, com a ascensão de Luís XIV, o Rei Sol, que fez uso do saber-fazer francês para estabelecer o domínio do que posteriormente viria a ser conhecido como o rentável mercado de luxo. (Costa, 2013)

No Antigo Regime francês, as regras que regiam o vestuário estavam diretamente relacionadas com a posição social que ocupava cada indivíduo, embora já se verificassem algumas mudanças no que toca à mobilidade social. Por toda a Europa o estilo de vida francês era copiado, desde da decoração de interiores até às roupas mais exuberantes. (Costa, 2013)

“(...) alguns estudiosos acreditam que foi nesse período, no século XVII, que a moda realmente floresceu como uma indústria preparada para gerar lucros, dando origem ao que conhecemos como alta-costura, indústria nascida para atender à criação de trajes suntuosos para os nobres, expandindo a demanda para além do domínio da corte francesa.” (Costa, 2013, pág. 78)

O estilo de vida verificado durante o reinado de Luís XIV prolongou-se no século XVIII, e o ícone de estilo da época para as jovens da corte francesa passou a ser Maria Antonieta. A princesa austríaca, casou-se com Luís XVI e mudou-se para França, conquistando os seus súbditos com a sua bela imagem forjada por meio de aparências, lançando modas de vestir, de pentear e de viver. Esta lembra em diversos aspetos o Rei Sol (Luís XIV) ao procurar aprovação do povo através da sua imagem. (Costa, 2013)

“Desde o momento em que Maria Antonieta, a arquiduquesa de 14 anos nascida na Áustria, chegou à França para se casar com o herdeiro do trono Bourbon, questões de vestuário e aparência provaram-se centrais para sua existência (Costa, 2013, pág. 78 apud Weber, 2008, pág. 11)

Na verdade, Maria Antonieta procurou através da aparência e da moda, prestígio pessoal e autoridade, fazendo uso da sua imagem uma espécie de arma para assumir o poder. Assim, esta cercou-se de vastos elementos de estilos, que passavam desde os penteados e sapatos até ao vestuário e a joalheria, que eram presença obrigatória nos seus conjuntos. Com isto, é possível afirmar que Maria Antonieta abriu espaço para que roupas, acessórios, calçado, joias e outras peças que antes só eram observados em ocasiões especiais pudessem ser copiados e vendidos transformando esta monarca num referencial de elegância e beleza muito além dos muros de Versalhes. (Costa, 2013)



Figura 21 - Maria Antonieta, o ícone de moda do século XVIII. Fonte: <http://joshkrajcik.us/louis-xvi-versailles.htm> - Acesso 20/05/2018

4.2 - As Costureiras e o Processo Criativo

Era o início da indústria francesa de vestuário de luxo que se fortalecia e se estruturava como moda. No entanto, o ofício de criador de moda ainda não possuía muito prestígio social. Até ao século XVII, o estatuto da costureira era quase nulo. Esta apenas fazia concertos e ajustes para alfaiates e camiseiros famosos e muito poucas conseguiam construir uma rede de clientela edificada, sendo que somente mestres alfaiates tinham legitimidade para vestir a elite. (Grumbach, 2009)

“(...) Somente em 1675, por ordem do rei Luís XIV, é que as mestras costureiras adquirem reconhecimento e parte do ‘mercado’, a pretexto de que ‘é de bom-tom e conveniente ao pudor e à modéstia das mulheres e moças que lhes seja permitido vestir-se com pessoas de seu sexo quando julgarem apropriado’” (Grumbach, 2009, p. 15).

Segundo Grumbach⁹ (2009), somente em 1675, por ordem do rei Luís XIV é que as mestras costureiras adquirem reconhecimento e podem vestir as mulheres da corte, no entanto estas não podiam comercializar qualquer tipo de vestuário nas suas lojas. As costureiras eram divididas em quatro categorias:

1. Costureira de vestuário;
2. Costureira de roupas infantis;

⁹ Didier Grumbach, presidente da Federação Francesa da Costura, do Prêt-à-porter, dos Costureiros e dos Criadores de Moda (1998-2014).

3. Costureira de camisas;
4. Costureira de acabamentos.

Mas só em 1782 é concedido o direito às costureiras de competir com os alfaiates na confecção de corpetes, espartilhos, crinolinas, robes masculinos e trajes de baile. A primeira costureira a destacar-se na corte francesa foi Rose Bertin, *couturière* pessoal da Rainha Maria Antonieta, mulher de Luís XVI. Outros nomes lhe sucederam como Madame Palmyre na época de Carlos X e Mademoiselle Beaudrant na época de Luís Filipe. É importante ressaltar que por maior que fosse a notoriedade e prestígio da costureira, a sua autonomia criativa ainda não era permitida. (Grumbach, 2009)

A organização vestimentar da corte era regida por assembleias anuais, que determinavam as possíveis mudanças que seriam introduzidas na moda. Essas mudanças eram mínimas e somente aconteciam de maneira intensa quando uma rainha estrangeira trazia novos elementos no vestuário para a corte. (Grumbach, 2009)

O papel da costureira era confeccionar a roupa após o cliente ter escolhido o tecido, sendo a forma um elemento de segundo plano. Rose Bertin (imagem 15), mesmo considerada como uma ministra da moda, vivia sobre a soberania criativa de Maria Antonieta. Apesar da pouca liberdade criativa no que diz respeito às formas, para Rose esta estrutura da moda era bastante vantajosa, uma vez que atraía clientes que se queriam vestir de acordo com a moda de Maria Antonieta. (Grumbach, 2009)



Figura 22 - Rose Bertin. Fonte: <http://journalepicurien.com/tag/rose-bertin/> - Acesso 20/05/2018

Já o grande artesão Hippolyte Leroy, ao serviço da Imperatriz Josefina e posteriormente da Imperatriz Maria Luísa, conseguiu impor as suas ideias de forma moderada através de sugestões e alusões, no entanto a cliente dava a palavra final da criação. Essa situação só começou a mudar com a costureira Madame Roger, que mesmo com desenhos convencionais e poucas alterações de silhuetas, criava o padrão dos seus tecidos e oferecia aos clientes,

posteriormente confeccionava as peças pretendidas e vendia. Este modelo foi o primeiro momento de criação do costureiro aos longo do tempo. (Grumbach, 2009)

4.3 - O *Couturier* e a Soberania Criativa

A revolução industrial é compreendida como um conjunto de várias mudanças ocorridas na Europa durante o século XVIII e XIX, transformando especialmente a organização do setor produtivo da sociedade, devido ao avanço das técnicas de cultivo e da mecanização das fábricas, que conseqüentemente trouxeram a transformação da oficina artesanal (manufatura) para a manufatura (máquina e indústria), assim como o êxodo rural da população e também do aparecimento da organização fabril em deterioramento das corporações de ofício. (Costa, 2013)

Após a Revolução Francesa, em 1789, a nobreza volta ao poder no século XIX, com a ascensão de Napoleão Bonaparte ao trono, seguido posteriormente por Napoleão III, casado com a Imperatriz Eugénie. O Segundo Império foi marcado pela prosperidade e extravagância do vestuário feminino, tendo a Imperatriz (uma personalidade da nobreza) influência direta e imediata na moda. Devido às mudanças de mobilidade social, era impossível distinguir os novos ricos dos antigos aristocratas através do vestuário, assim, a imperatriz incentivou o renascimento da indústria de vestuário de luxo francesa, em 1850, sobre a custódia do inglês Charles Frederick Worth (*couturier*), profissional da indústria da moda que criava e executava modelos originais sobre encomenda para clientes exclusivos. (Costa, 2013)

4.4 - Charles Frederick Worth

Qualquer relato histórico acerca da Alta-costura localiza a sua origem, de um ponto de vista estreitamente temporal a Worth. Nascido em Lincolshire, na Inglaterra, Charles Frederick Worth faz a sua formação em Londres, entre 1838 e 1845, com Swan & Edgar, comerciantes de tecidos em Piccadilly Circus e Lewis & Allenby, comerciantes de seda da Regent Street. Em 1847, com 20 anos de idade, deixa Londres e vai trabalhar em Paris, inicialmente como vendedor numa loja de variedades e depois numa prestigiada loja de tecidos (Gagelin-Opigez&Cie). Neste início de carreira, Worth começa por vender xales de caxemira e mantos, tendo assim maior contacto com tecidos confeccionados. (Fogg, 2013)

Charles Worth conhece Marie Vierne, vendedora da loja e sua futura esposa. Marie foi a modelo para as suas primeiras criações, que contavam com peças como xales, mantos, capas e vestidos sóbrios, os quais despertaram grande admiração na sua clientela. Apesar do sucesso das suas criações, somente em 1851 os seus patrões lhe concedem um *atelier*, onde Worth começa a criar os seus vestidos, expondo-os depois em Paris e em Londres. No ano de 1858, fundou a primeira *maison*, invertendo desta forma a prática recorrente da visita dos costureiros à casa das suas clientes. Mas as novidades trazidas por Worth não pararam por aqui, este

também se afirmou como criador, revolucionando a estruturação do discurso visual da época. (Fogg, 2013)



Figura 23 - Charles Frederick Worth. Fonte: https://fashionista.com/2013/07/remembering-the-father-of-haute-couture#catwalk_yourself-charlesfrederickworth - Acesso 20/05/2018

Diferente dos costureiros do Antigo Regime, ao abrir a sua *maison* Worth trouxe algumas mudanças para a indústria da moda, nomeadamente o papel do criador como difusor de tendências de moda, uma vez que era este que determinava formas, silhuetas, tecidos, ornamentos, cores e comprimento do vestuário. Era também Worth que selecionava as suas próprias clientes, por norma da nobreza e da rica burguesia, tendo ainda como requisito que as novas clientes tinham de ser apresentadas a ele por outra cliente habitual da *maison*. (Grumbach, 2009)

“Só a partir deste momento é que as roupas femininas elegantes foram consideradas criação de um só estilista - justamente no momento em que a indústria do vestuário e da moda produzida em massa começava a surgir. Consequentemente, o vestido exclusivo tinha de se diferenciar decisivamente da imitação vulgar; o estilista tinha de se transformar num Artista.” (Costa, 2013, pág. 79 apud Wilson, 1989, p. 48)

Outras inovações trazidas por Worth ao mundo da moda foram:

- O Estudo de luz na apresentação dos vestidos para baile, simulando a luminosidade presente na noite de gala;
- Apresentação das suas criações em jovens mulheres, denominadas de “sósias”, uma inovação inédita para a época, que são de certa forma precedentes dos modelos/manequins. Eram usadas para que as clientes vissem o caimento do tecido e como o vestido se comporta no corpo real em relação à sua forma;
- Acessórios valorizados e pensados de acordo com o vestuário. Na superfície destes eram colocados apliques, bordados e elementos estéticos de alto valor (joias, pedras preciosas, plumas);

- Reinvenção da crinolina, como forma de eliminar o desconforto. O volume ficou concentrado na parte traseira e a armação achatou-se à frente, criando assim o tournure, que possibilitava mais liberdade de movimentos;
- Vestidos apresentados em tecidos diferentes com sensações táteis, produzidos na zona de Lyon.

(coletânea de informações de Fogg (2013) e Grumbach (2009))

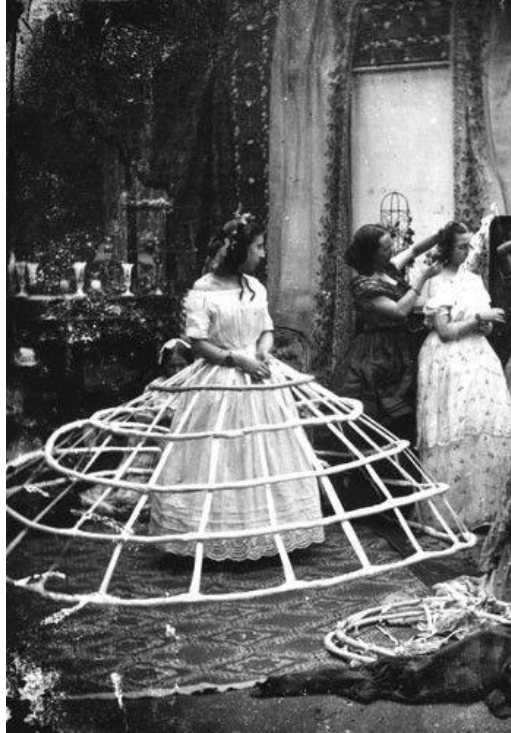


Figura 24 - Crinolina do século XIX. Fonte: <https://www.stylist.co.uk/fashion/a-brief-history-of-underwear/95946#item-1> - Acesso 20/05/2018



Figura 25 - Vestido de Gala com tournure de Worth (1887). Fonte: <http://www.zimbio.com/Fashion/articles/2206/Charles+Frederick+Worth+Father+Haute+Couture> - Acesso 20/05/2018

As suas criações apareciam com frequência em revistas de moda da década de 1870, trazendo-lhe ainda mais sucesso e publicidade, espalhando desta forma sua fama muito além dos círculos da corte francesa. Apesar de não ter sido o único costureiro a trabalhar com peças únicas e artesanais, devido à grande publicidade e influência que tinha o seu nome foi considerado como o “pai da Alta-costura”. A produção artesanal e exclusiva de Worth tinha como objetivo criar o que pode ser considerado de aura do vestuário. (Costa, 2013)

Worth intitulou-se como um criador de moda, começando a assinar as suas criações através do uso da etiqueta, tendo desta forma o seu nome bordado e costurado às peças, sendo ainda um dos primeiros costureiros a apresentar vestidos confeccionados em desfiles para as suas clientes que decorriam na sua própria *maison*. Outra inovação introduzida por este foi a criação de coleções sazonais, que iniciaram o surgimento de ciclos de moda, que se renovavam no verão e no inverno. (Troy, 2003)

“In such establishments, by the late nineteenth century bespoke garments could be ordered but readymade garments for both men and women were also becoming available alongside fabrics for made-to-order clothes. According to Coleman, “The leading modistes of Europe and America bought garments from Worth to use as models; many of the house’s cloaks and gowns were produced with slight modifications many times over.” It was this proliferation of virtually identical garments that presumably necessitated the introduction of the house label in the early 1860s in order to identify genuine Worth products. Eventually, however, the label itself was subject to copying; the earliest fake Worth label has been dated to the late 1880s, indicating the

existence by then of a robust trade in counterfeit dresses intended to exploit the success of Worth's legitimate couture business.” (Troy, 2003, pág. 24 e 25)



Figura 26 - Etiqueta de vestido com o nome do criador: Worth. Fonte: Fogg, 2013, pág. 174.

Esta nova organização da moda alinhou-se rapidamente ao discurso de autoridade procurado pela elite, que olhavam para o luxo do exclusivo como uma plataforma de diferenciação de classes, usando o vestuário como suporte de uma nova significação de luxo.

Worth eleva o patamar do costureiro/artesão a costureiro/criador, primeiramente ao criar modelos únicos para a Princesa Pauline Metternick e posteriormente para a Imperatriz Eugénie que, mesmo não tendo ficado impressionada com os bordados dos vestidos, é convencida por Worth e principalmente pelo Imperador, por razões políticas, a utilizar os vestidos bordados uma vez que eram uma especialidade de Lyon (cidade republicana que apoiava o imperador), estimulando assim a indústria têxtil nacional. Desta forma, Worth edifica-se duplamente como criador ao impor o seu gosto à Imperatriz e por convencê-la a utilizar um vestido pronto, mesmo que contra à sua opinião. (Grumbach, 2009)

“O que diferencia a nova prática daquilo que se conhecia até então a couture à fação é que nesta última o profissional que produzia a peça de roupa não passava de um técnico utilizando tecidos e o desenho sugerido pelo cliente. A alta-costura aparecia como uma prática pela qual o costureiro se responsabilizava pela escolha do tecido, cuidava de toda a produção e distribuição e apresentava suas coleções em modelos vivos, submetida à escolha pelas clientes particulares e reproduzidas sob leis e preços altos.” (Salgado, 2015, pág. 44 apud Avelar, 2009, pág.49)

Outro aspeto que consagrou Worth no universo da Alta-costura foi o facto de este ter fundado uma associação para as casas de moda em 1868, denominada de “*Chambre Syndicale de la Couture, des Confectionneurs et des Tailleurs pour Dame*”, dedicada a regulamentar e a proteger o trabalho dos costureiros parisienses. A iniciativa foi consolidada pelo seu filho Gaston, e evolui para se tornar na “*Chambre Syndicale de la Couture Parisienne*”, a 14 de dezembro de 1910. Após a decisão sobre a criação do termo legalmente controlado de “*Haute Couture*”, a 23 de janeiro de 1945, a associação passa-se a designar de “*Chambre Syndicale de la Haute Couture*”, que até aos nossos dias comanda a indústria da Alta-costura.¹⁰ (Fogg, 2013)

¹⁰ História da Chambre Syndicale de la Haute Couture - Disponível em: <https://fhcm.paris/en/the-federation/> .

4.5 - *Chambre Syndicale de la Haute Couture*

A Alta-costura, no início dos anos 40, não era apenas uma indústria de produção em massa, no entanto também não era uma confecção de dimensão doméstica. Era uma prática comercial organizada e regulamentada. Aparentemente, foi após a Segunda Guerra Mundial que a *Chambre Syndicale de la Haute Couture*, representada pelos maiores interessados na proteção do mercado de luxo do vestuário, procurou regulamentar e definir normas que diferenciasssem o processo de produção e de comercialização deste segmento das demais existentes no mercado da moda. (Fogg, 2013)

A denominação de Alta-costura é juridicamente protegida e só podem fazer uso dessa terminologia casas de moda que constem numa lista estabelecida a cada ano por uma comissão de ministros, sediada no Ministério da Indústria Francesa. A Alta-costura é registada como uma patente de património cultural parisiense, desta forma é necessário respeitar determinadas normas para que uma entidade possa fazer uso deste termo. Uma vez que este termo possuiu uma localização espacial bem específica, qualquer outra organização semelhante fora de Paris não pode ser denominada de Alta-costura. (Grumbach, 2009)

No início do século XX, as atividades dos membros da *La Chambre Syndicale de la Couture Parisienne* não eram totalmente regulamentadas, havendo mesmo casas de moda que apresentavam aproximadamente 400 modelos por estação, sendo necessário a criação de um calendário de apresentações e de normas para a legitimação de uma casa de Alta-costura. (Grumbach, 2009)

Inicialmente, como forma de praticidade, foram reduzidos os números de modelos apresentados e desfilados para menos de uma centena, sendo ainda que somente as casas de moda que cumpriam as normas e faziam parte da *Chambre Syndicale de la Haute Couture* é que recebiam o título de Alta-costura. (Grumbach, 2009)

Já as casas que não apresentavam as suas criações através de desfiles, mas, no entanto, recebiam compradores profissionais, eram denominados de Média-costura, enquanto que a designação para os costureiros tradicionais, que faziam roupa sobre medida nos seus ateliers era de Pequena-costura. (Grumbach, 2009)

Segundo Grumbach (2009), até aos anos 40 ser acolhido na Alta-costura não apresentava grande dificuldade, uma vez que as regras eram extremamente flexíveis o que proporcionava uma grande liberdade. Os trâmites eram bastante simples: qualquer criador francês ou estrangeiro que se quisesse estabelecer em Paris, devia primeiramente fazer uma visita ao presidente ou ao secretário da *La Chambre Syndicale de la Couture Parisienne* e se as suas instalações (salão de receção) fossem consideradas aceitáveis para a organização do desfile, o presidente ou secretário estavam autorizados a incluir o novo criador no calendário.

Após a Segunda Guerra, a Alta-costura volta a fortalecer-se e edifica as suas regras para a entrada na *Chambre Syndicale de la Haute Couture*, assim com para receber o título de criador de *Haute-couture* (conforme consta na definição por decreto legislativo em 23 de

janeiro de 1945, publicado no *Journal Official* de 6 de abril de 1945 e no decreto legislativo de agosto de 1947). Assim, algumas das novas regras são:

- As casas de moda devem anunciar a denominação de “costura”, “mestre artesão ou costureiro” ou “costureira” na sua razão social (empresa), placas, etiquetas e publicidade;
- Os modelos criados só poderão ser reproduzidos pela própria casa de moda, 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 casa de moda, devendo estas ter no mínimo 20 empregados envolvidos na produção (primeiros ajudantes, segundos ajudantes e aprendizes);
- A casa de moda 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 morada da casa de moda deve pertencer às três avenidas mais importantes de Paris: Champs Elysées, Montaigne e Georges V;
- A casa deve ter no mínimo cinco andares e possuir nela um espaço para a realização de desfiles;
- A *Chambre Syndicale de la Haute Couture* tem como principais funções 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 no estrangeiro e defender os direitos de propriedade intelectual dessas marcas.

(Grumbach, 2009)

Atualmente, a *Chambre Syndicale de la Haute Couture* faz parte de uma federação que nasceu com a união de outras duas casas sindicais: a *Chambre Syndicale du Prêt-à-Porter des Couturiers et des Créateurs de Mode* e a *Chambre Syndicale de la Mode Masculine*, ambas criadas a 8 de outubro de 1973. Com união destes três sindicatos nasceu a *Fédération Française*

de la Couture, du Prêt-à-Porter des Couturiers et des Créateurs de Mode (1973), que a 29 de julho de 2017 se passou a designar de *Fédération de la Haute Couture et de la Mode*.¹¹

Neste momento existem cerca de cem casas de moda associadas à *Fédération de la Haute Couture et de la Mode*, todas com grande notoriedade internacional, no entanto na semana de desfiles de Alta-costura, Primavera|Verão 2018, só foram apresentados 33 desfiles de casas de *Haute Couture*.¹²

A Alta-costura tem sido estudada e publicada especialmente sobre duas vertentes: a bibliografia dos grandes costureiros e a história geral da moda. Desta forma, pode-se dizer que a Alta-costura é percebida como parte integrante do fenómeno designado de moda, sendo ainda retratada no que toca à sua complexidade como negócio e comércio. O destaque que se tem dado às análises bibliográficas dos grandes costureiros tende a continuar incentivando, desta forma, a perpetuação das “lendas vivas” da história da Alta-costura que nos antecederam.

4.6 - O Brotar da Alta-costura

Com o fim da Segunda Guerra (1945), o processo produtivo da Alta-costura reorganiza-se. A notoriedade mediática volta-se para os costureiros criadores. Antes a organização presente nas casas de moda de Alta-costura era composta pelo *couturier* que contava com a ajuda de modelistas estagiários que desenhavam os croquis e os apresentavam num conselho, onde os melhores eram selecionados. Daí, o *couturier* gerenciava o processo de recriação da coleção, escolhendo os materiais utilizados e executando os modelos finais. Esse método de trabalho, que concede toda a autoridade aos costureiros chefes (*couturier*) que não desenhavam, em deterioramento dos criadores originais dos modelos, deixou de ser praticado após a Segunda Guerra Mundial. Os costureiros chefes das maiores casas de Alta-costura da época como Balmain, Dior, Givenchy, Balenciaga, Jean Dessès e outros cederam o seu lugar aos costureiros criadores, de forma a que estes assumissem o lugar de destaque no que toca à criação dos modelos. (Grumbach, 2009)

Embora os Estados Unidos fossem a maior potência Mundial, após a guerra a Europa ainda ocupava um lugar de destaque no que toca aos campos da criatividade, mais especificamente da moda. Os criadores aperceberam-se do estado de espírito que pairava sobre um mundo pós-guerra, decidido desta forma a apostar na leveza das suas criações e numa redefinição de silhueta. Para tal houve um alongamento das saias, reavivando o mercado de luxo e toda a sumptuosidade que este traduz. O consumo, a tecnologia, as novas formas e as qualidades práticas foram as principais noções que reinaram durante este período. As casas de moda de Alta-costura fazem parte do renascimento do pós-guerra, dirigindo a criação para

¹¹ História da Chambre Syndicale de la Haute Couture - Disponível em: <https://fhcm.paris/en/the-federation/> .

¹² Ver Anexo 2 - Calendário Haute Couture | Printemps/Été 2018.

outro caminho. Numa época em que a maior parte dos criadores eram do sexo masculino, começam a ganhar cada vez mais terreno no mercado de luxo as criadoras de moda do sexo feminino. Elsa Schiaparelli e Chanel já eram nomes de referência, no entanto, surgem outros novos nomes femininos agregados ao conjunto de criadoras de moda como Madame Grès, Carven e Nina Ricci. (Grumbach, 2009)

Segundo Grumbach (2009), entre os anos de 1952 e 1958 houve um germinar da Alta-costura, com a abertura de inúmeras casas graças aos esforços da Câmara Sindical e do Auxílio Têxtil. No entanto, após 1958 houve um declínio no número de casas de Alta-costura: caiu de 60 para 36 o número de casas de moda. Preocupado com a interrupção de subsídios para a Alta-costura, o presidente da Câmara Sindical, Jaques Heim procura novas soluções para substituir o financiamento, assim, este tenta atrair o olhar dos costureiros para o Prêt-à-porter, criando assim o grupo do *Prêt-à-porter Création*.

4.7 - Alta-costura ou Prêt-à-porter

Nos primórdios da Alta-costura, fazer uma coleção e administrar uma casa de moda era a função do criador, e como o fluxo de peças era baixo, o maior desafio estava na qualidade. Com o Prêt-à-porter tudo muda, e a indústria da moda aperfeiçoa-se, pois, este segmento nasce da junção entre a eficiência produtiva em massa com a qualidade produtiva da Alta-costura. A confirmação deste novo mercado já tinha sido anunciada devido a vários fatores, pois o seu processo de construção acontecia desde o século XIX, entre eles destacam-se: a venda por catálogo nos Estados Unidos, a existência de lojas de departamento em Nova York, Londres, Paris e Berlin, assim como também a produção sobre licenças. (Grumbach, 2009)

Na década de 1930, Elsa Schiaparelli, Chanel e Madeleine Vionnet criaram e produziram acessórios que antecipavam o Prêt-à-porter. Lucien Lelong também criou uma segunda linha para as suas criações de Alta-costura em 1934 e, posteriormente, na década de 50 alguns criadores franceses criaram o “*Couturier Associés*”, como forma de reproduzir modelos em série a preços menores, entre estes estavam Jean Desses, Jacques Fath, Robert Piguet, e Carven. A partir de 1960, outros nomes juntaram-se ao *Couturier Associés* como Jaques Heim, Madame Grès, Jean Lavin e Guy Laroche. Destaque também para a parceria de Dior com a loja de departamento japonesa Daimaru, onde o francês concedeu uma licença para que fosse criada a coleção *Daimaru Dior Salon*, também com vestuário próximo ao que seria o *Prêt-à-porter*. (Grumbach, 2009)

Vários criadores como Courèges, Dior, Saint Laurent e Givenchy reconhecem o benefício do lançamento das suas primeiras coleções de Prêt-à-porter, comercializadas sobre o seu controlo, uma vez que estas atingem um grande sucesso junto ao seu público estrangeiro e adquirem uma grande credibilidade nos meios de comunicação especializados. (Grumbach, 2009)

Os *couturiers* praticamente param de vender os seus modelos de *Alta-costura* para tirar mais rendimento das suas vendas no *Prêt-à-porter*. A curiosidade e o desejo que as lojas de departamento suscitavam, pela diversidade dos artigos que possuem, conjugado ao facto do incessante interesse alimentado pelos órgãos de comunicação social, levaram o consumidor a desviar os seus hábitos de consumo, estimulando o costureiro a seguir as suas criações através do entusiasmo geral. (Grumbach, 2009)

Entre os anos de 1966 e 1967, o número de casas de *Alta-costura* inscritas na *Chambre Syndicale de la Haute Couture* passa de 39 para 17 e, a partir dessa data, o facturamento na *Alta-costura* cai drasticamente e irreversivelmente. As casas de moda criam as suas linhas de *Prêt-à-porter*. Alguns exemplos destas são: *Courrèges Couture Future*, *Saint Laurant Rive Gauche*, *Miss Dior*, *Givenchy Nouvelle Boutique* e *Chanel Prêt-à-porter*. (Grumbach, 2009)

Segundo Lipovetsky (2010), é em 1949 que J.C. Weill lança em França a expressão de *Prêt-à-porter* (Pronto-a-vestir), extraída da fórmula americana “*Ready-to-wear*”, com o intuito de libertar a confeção de massas da sua má reputação.

“Ao contrário da confeção tradicional, o pronto-a-vestir enveredou pela nova via de produção industrial de roupa acessíveis a todos, mas todavia, “moda”, inspiradas nas últimas tendências do momento. Enquanto que o vestuário de confeção apresentava frequentemente um corte defeituoso, uma falta de acabamento, de qualidade e de fantasia, o pronto-a-vestir quer fazer fundir a indústria e a moda, quer trazer para a rua a novidade, o estilo, a estética.” (Lipovetsky, 2010, pág. 148)

O *Prêt-à-porter* não foi somente criado através da configuração produtiva americana, mas sim através de uma idealização conjunta entre os Estados Unidos da América e a Europa, que culminaram na integração desta cadeia produtiva no mercado da moda. A Europa contribuiu com o *bureaux* de estilo, que determinava as formas, conceitos e elementos estilísticos, por sua vez os Estados Unidos da América ofereciam a organização industrial de produção em massa, com o compromisso de novas configurações que garantiam a qualidade estética e produtiva do vestuário. O *Prêt-à-porter* veio desta forma dar uma nova organização em termos de melhoria de qualidade da indústria de massas, onde a roupa é rapidamente desenvolvida, mas tendo como base pesquisa de tendências e todo o envolvimento da cadeia têxtil. (Grumbach, 2009)

*“A democratização do sistema não reside somente na evicção de facto da *Alta-costura*, mas sobre tudo na concomitante promoção da qualidade moda do vestuário de massas. Progresso qualitativo da moda industrial dificilmente contestável: enquanto que o pronto-a-vestir dos costureiros e de “estilo” representa cerca de 40% do mercado nacional, numerosos criadores de renome trabalham ou trabalharam como estilistas free lance em firmas de pronto-a-vestir de grande difusão.” (Lipovetsky, 2010, pág. 154)*

Segundo Avelar (Salgado (2015) apud Avelar (2009)), foi no período da Segunda Guerra Mundial que surgiu nos Estados Unidos da América a ideia de produzir peças coordenadas. Até a essa data, a organização industrial de produção estava mais voltada para a fabricação de

peças selecionadas, no entanto existiu mais um motivo para a criação desta nova organização de pronto-a-vestir (Prêt-à-porter): as importações para os EUA passaram a sofrer uma taxa de 90%, o que dificultava a compra do vestuário parisiense. Neste período, as mulheres começaram a comprar moldes de vestidos, dividindo-os em duas peças (blusa e saia).

Desta forma, Avelar (Salgado (2015) apud Avelar (2009)) aponta para a divisão do Prêt-à-porter em vários segmentos, fragmentando-o em três níveis fundamentais a partir de 1960:

1. Prêt-à-porter Clássico - Vendido nas grandes lojas. Na época o setor não se diferenciava muito do que era comercializado nas lojas de departamento do início do século XX;
2. Prêt-à-porter de Estilo - Aparece em 1964, destinado ao público mais jovem, com formas e cores mais ousadas, vendidas em lojas com um novo conceito: as boutiques que comercializavam peças de vários criadores;
3. Prêt-à-porter de Luxo - Destinado aos clientes da Alta-costura que procuram novas alternativas para o dia-a-dia, com preços menos exorbitantes, mas com grande qualidade no design e no material utilizado.

Desta forma, surge o conceito de Prêt-à-porter, um seguimento da indústria da moda dotado de uma sensível evolução na qualidade do vestuário de massas e auxiliado pela coordenação de coleções executadas por escritórios de estilos. A Alta-costura e o Prêt-à-porter não podem ser compreendidos como apenas rivais, mas sim como uma evolução de métodos que surgiram desde a Revolução Industrial, passando ainda pelos avanços do desenvolvimento de produto e pelo encontro com uma plataforma fértil que possibilitou a organização deste novo segmento da moda.

4.8 - Os Membros Convidados

Segundo Grumbach (2009), devido à falta de renovação na década de 1990, o sistema da Alta-costura começa a estagnar e a imprensa anuncia o seu fim. Como forma de renovar e organizar as *maisons* de moda, em 1995, o conselho da federação cria uma comissão como forma de discutir o futuro da profissão, 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;
- São os próprios criadores já membros da Câmara, que em última instância elegerão os novos membros;
- Os criadores admitidos devem possuir *savoir-fair*¹³ da Alta-costura, tendo ainda liberdade para transportar modelos inéditos de Prêt-à-porter para os seus desfiles;
- A denominação de *Haute-couture*, definida pelo decreto lei de 1945, não lhes é permitido, ficando autorizados apenas a usar o termo *Couture*;

¹³ O saber-fazer, habilidade e perícia. Fonte: <https://www.priberam.pt/dlpo/savoir-faire>

- 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.

Thierry Mugler e Jean Paul Gaultier são os primeiros convidados para apresentação da coleção de primavera 1997. Seguiram-se nomes como John Galliano (Dior) e Alexander McQueen (Givenchy) que provocaram uma excitação mediática, que deram à Alta-costura sinais de reavivamento. Outros criadores como Josephus Thimister, Adeline André, Viktor&Rolf, Felipe Oliveira Batista, Anne-Valérie Hash, Frank Sobier, Dominique Sirop, Elie Sabb, Martin Magiela e Giorgio Armani que inicialmente foram apresentados como talentos “*off-calendar*”, foram convidados pela federação e posteriormente tornaram-se membros permanentes no calendário da Alta-costura. (Grumbach, 2009)

Nos últimos anos, também novos criadores foram convidados, entre estes está Bouchra Jarrar, criadora francesa que foi convidada para integrar o calendário oficial de Alta-costura desde 2010, sendo que em 2014 se torna membro permanente. A presidência da Câmara Sindical da Alta-Costura reuniu-se em dezembro de 2013 e escolheu novos convidados para o calendário de Alta-costura 2014, entre estes estão as casas de moda Schiaparelli, Ralph&Russo e Serkan Cura.¹⁴

4.9 - A *Demi-Couture* e a Alta-Moda

Demi-couture ou a *couture essentiel* é um termo francês que significa literalmente “meia-costura”, ou seja, é uma expressão utilizada para denominar criações de luxo, exclusivas ou em edições limitadas, que legalmente não fazem parte da Alta-costura, embora utilize mão de obra qualificada. (Salgado (2015) *apud* Avelar (2009))

As peças de *Demi-couture* têm uma forte complexidade em termos de construção, trabalho manual e estão associadas em muitos dos casos aos indícios ou a confirmação de determinadas tendências. Os criadores não estão registados na *Fédération de la Haute Couture et de la Mode*, no entanto utilizam mão de obra especializada francesa no processo produtivo. Estes criadores podem fazer peças de alto luxo, com grande riqueza em detalhes de trabalho manual e exclusivas para os seus clientes, mas o seu foco de atuação é o Prêt-à-porter. (Salgado (2015) *apud* Avelar (2009))

Já a Alta-moda é o termo utilizado por François Badout para denominar a moda italiana, que depois da Segunda Guerra Mundial, mais especificamente na década de 1960, se impulsionou tanto na qualidade dos seus materiais, como design e exclusividade. Desvinculada dos preceitos da Alta-costura, devia cumprir os requisitos de estilo estrito, coerente e fácil de usar, mas sempre voltados à vertente do luxo. (Salgado (2015) *apud* Baudot (2002))

¹⁴ Disponível em: <https://fhcm.paris/en/the-federation/>

Em suma, os termos de *Demi-couture* e de Alta-moda têm a mesma conotação, ou seja, ambos se referem à produção de vestuário de luxo, com um grande refinamento criativo e produtivo, mas que não seguem as normas impostas pela Alta-costura, mais concretamente no que toca ao registo na Câmara Sindical. Alguns exemplos de *Demi-couture*/Alta-moda são Alexander McQueen e Mary Katrantzou.



Figura 27 - Alexander McQueen, Spring 2012, Ready-to-Wear. Fonte: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2012-ready-to-wear/alexander-mcqueen/slideshow/collection#24> - Acesso 20/05/2018



Figura 28 - Mary Katrantzou, Fall 2011, Ready-to-Wear. Fonte: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2011-ready-to-wear/mary-katrantzou/slideshow/collection#18> - Acesso 20/05/2018

Capítulo V

5 - Alta-Costura e o “Carácter Aurático”

Como visto no capítulo I - O estado da arte, Benjamin apropria-se dos conceitos de Marx para fazer a sua própria formulação do materialismo histórico. O texto “A obra de arte na era da reprodutividade técnica” é o culminar de todas as pesquisas e estudos feitos por Walter Benjamin ao longo do tempo, e também onde está cristalizado o materialismo histórico e a conceção do conceito de aura.

Com a realização deste capítulo pretende-se inserir a Alta-costura nos conceitos definidos por Benjamin para a obtenção da aura na obra de arte. Esta análise será realizada através de estudos de casos presentes no âmbito da Alta-costura, pretendendo-se no final concluir se esta pode reclamar ou não o carácter aurático.

Tendo como centro de todo o texto a reprodutividade técnica, acha-se pertinente delinear no tempo a sua origem: A revolução industrial.

A revolução industrial foi um processo de grandes transformações económico-sociais, que decorreram na Europa durante os séculos XVIII e XIX, que transformaram a organização do setor produtivo da sociedade, através da substituição da manufatura (artesanal) para a indústria (sistema fabril). Devido à concentração predominante das fábricas em zonas citadinas, existiu um grande êxodo rural, onde a população abandonou o campo e se fixaram nas cidades.¹⁵

Para além da expansão dos processos fabris, foi nesse mesmo período que ocorreram várias inovações que transformaram a sociedade da época, como a luz elétrica, o cinema e a fotografia. Destas inovações citadas, o cinema foi a área que se propagou mais rapidamente, devido ao seu carácter de entretenimento, assim como a grande curiosidade que despertava por entre os indivíduos. A ideologia da imagem em movimento e a sua evolução para uma narrativa que contava história, produziu um grande impacto na estética, assim a “nova forma de arte” tronou-se rapidamente numa das indústrias mais bem-sucedidas e ricas da história. (Costa, 2013)

O cinema e a fotografia deram inicialmente as bases para o que viria a ser chamado de indústria cultural. Esta denominação surge através das ideias da Escola de Frankfurt, constituída por um grupo de filósofos e de pesquisadores alemães, influenciados especialmente por Karl Marx e Max Weber, que desenvolveram um pensamento crítico ligado à cultura de massa e aos chamados “produtos culturais”, dedicando-se ainda a reflexões e críticas sobre a razão, ciência e o avanço do capitalismo. (Costa, 2013)

Foi neste contexto que o filósofo Walter Benjamin discutiu a arte e a cultura do século XX através do ensaio intitulado “A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica” (1987 [1936]), onde este autor apresentou reflexões sobre a perda de aura a partir do início da

¹⁵ <https://www.todamateria.com.br/revolucao-industrial/>

reprodução em série, a democratização do acesso à arte, assim como a importância e o impacto das novas técnicas de reprodução de imagens. O conceito de aura, presente neste texto, está intimamente ligado à existência material da obra de arte, na qual os elementos relativos à tradição e ao culto são postos em causa com a ameaça da reprodutividade técnica.

5.1 - O Conceito de Aura

O conceito de aura é entendido por Benjamin, como o conjunto de características de autenticidade, autoridade e unicidade que as obras de arte possuem, fazendo desse objeto algo único e irreproduzível. Já a perda de aura é a consequência das alterações impostas pelo surgimento da cultura de massas e pela reprodução técnica, que alteraram, de certa forma, os pressupostos sociais do que era considerado uma obra de arte. Até ao século XIX, a obra de arte era vista como inacessível e irreproduzível, no entanto, o surgimento da fotografia e do cinema trouxe a possibilidade da reprodução do original em série e a sua consequente acessibilidade às massas, perdendo-se desta forma o carácter de único, irreproduzível e de autêntico, encurtando ainda a distância entre a obra de arte e o público. (Benjamin, 1987)

Esse encurtamento ocorre na medida que a receção deixa de ser contemplativa e inatingível e passa a ser direcionada para inúmeros olhares ocasionais e fragmentados, surgindo assim uma nova forma de usufruir da obra de arte: uma forma distraída, sem reflexão e sem referencial que contribuem para a efemeridade das obras de arte que foram reproduzidas tecnicamente. (Benjamin, 1987)

“Em sua essência, a obra de arte sempre foi reprodutível. O que os homens faziam podia ser imitado por outros homens. Essa imitação era praticada por discípulos, em seus exercícios, pelos mestres, para a difusão das obras, e finalmente por terceiros, meramente interessados no lucro. Em contraste, a reprodução técnica da obra de arte representa um processo novo, que se vem desenvolvendo na história intermitentemente, através de saltos separados por longos intervalos, mas com intensidade crescente.” (Benjamin, 1987, pág. 165)

Benjamin reconhece que a obra de arte, desde a sua criação, sempre foi passível de reprodução técnica, uma vez que tudo o que foi criado pelo homem pode ser imitado ou copiado. No entanto, historicamente o sistema de representação que resultava numa obra de arte estava apoiado numa relação mimética com um modelo: natural ou ideal. A imagem era uma cópia cujo valor assentava numa comparação, remetendo assim para uma origem. Assim, o *“objeto falso surgia em relação à verdade de um modelo. Essa referência emancipava o objeto copiado ao referenciá-lo perante o real.” (Costa, 2013, pág. 76)*

A aura manifesta-se através do valor cultural que adquire de forma inata, sendo que o valor único de uma verdadeira obra de arte é criado no ritual onde o espetador observa a obra. Desta forma o valor cultural e a aura entrelaçam-se no conceito criado por Benjamin e

dependem diretamente do efeito criado no espectador. Estes fundamentos de aura e valor cultural são instáveis, pois dependem do espectador mais do que da obra de arte. Assim, a autenticidade mantém-se na medida que o espectador conhece e aprecia o ambiente cultural/histórico em que esta foi criada, ou seja, a sua origem e tradição. (Costa, 2013)

É neste contexto que Benjamin tece uma trama muito especial de espaço e tempo, que resulta na autenticidade da obra de arte:

“Mesmo na reprodução mais perfeita, um elemento está ausente: o aqui e agora da obra de arte, na sua existência única, no lugar em que ela se encontra. É essa existência única, e somente nela que se desdobra a história à qual ela estava submetida no curso de sua existência. Essa História compreende não apenas as transformações que ela sofreu, com a passagem do tempo, em sua estrutura física, como as cambiantes relações de propriedade em que ela ingressou. Os rastros das primeiras só podem ser investigadas por análises químicas e físicas, irrealizáveis na reprodução; os traços das segundas são objetos de uma tradição, cuja reconstituição precisa partir do lugar em que se achava o original.” (Benjamin, 1987, pág. 167)

Assim, a tradição não designa somente as alterações materiais relacionadas com a passagem do tempo, mas também nas relações sociais construídas ao seu redor: o valor cultural criado pela coletividade humana. O que se perde com a reprodução técnica é a relação entre a obra e a tradição:

“A autenticidade de uma coisa é a quintessência de tudo o que foi transmitido pela tradição, a partir de sua origem, desde sua duração material até ao seu testemunho histórico. Como este depende da materialidade da obra, quando ela se esquivava do homem através da reprodução, também o testemunho se perde.” (Benjamin, 1987, pág. 168)

No entanto, a autenticidade não está simplesmente localizada no momento da concretização da obra de arte ou na sua assinatura, pois segundo Benjamin (1987) a imagem de uma virgem da época medieval só se tornou autêntica nos séculos que lhe antecederam, principalmente no século XX. Após esta observação, a autenticidade não é forma integral apenas no seu ato de criação, a sua origem, mas também no percurso que gera a tradição, que configura consequentemente a aura.

Mesmo que se considere a autenticidade de uma obra de arte através da assinatura da mesma, a origem desta autenticidade não se concretizou nesse simples ato, mas sim no processo histórico de individualização de um determinado artista, que passou a fazer parte da tradição cultural humana. Desta forma, o elemento da autenticidade decorre na inserção da obra de arte no âmbito da tradição, onde é possível observar o diálogo entre a distância e a proximidade temporal.

“Em suma, o que é a aura? É uma teia singular, composta de elementos espaciais e temporais: a aparição única de uma coisa distante, por mais perto que ela esteja.” (Benjamin, 1987, pág. 170)

O elemento temporal desta teia pode ser descrito como a tradição. Já o elemento espacial está relacionado com a sua aparição única, na qual a autenticidade se materializa na distância temporal entre a aparição única e a possibilidade do seu reconhecimento como tal. Assim, o aparecimento da reprodução em série substitui a existência única pela diversidade, onde o elemento da autenticidade é altamente ameaçado, uma vez que retira a distância temporal que insere o objeto na tradição. Essa interseção entre a unicidade da obra e a tradição ocorre no processo da recepção das mesmas. Este fato torna-se mais evidente quando Walter Benjamin aponta os fatores sociais que causam a dissolução da aura:

“Fazer as coisas “ficarem mais próximas” é uma preocupação tão apaixonada das massas modernas como sua tendência a superar o caráter único de todos os fatos através de sua reprodutividade. Cada dia fica mais irresistível a necessidade de possuir o objeto, de tão perto quanto possível, na imagem, ou antes, na sua cópia, na sua reprodução.” (Benjamin, 1987, pág. 170)

A reprodutividade determina a extinção do único e distante da obra, afetando a forma como esta é recebida. Isto ocorre, pois, a reprodução técnica tem mais autonomia que a reprodução manual, como Benjamin exemplifica:

“Ela pode, por exemplo, pela fotografia, acentuar certos aspectos do original, acessíveis à objetiva - ajustável e capaz de selecionar arbitrariamente o seu ângulo de observação -, mas não acessível ao olhar humano.” (Benjamin, 1987, pág. 168)

A reprodução técnica para além de retirar o carácter de aparição único, ainda permite que a cópia apareça em situações totalmente remotas do original:

“Ela pode, principalmente, aproximar do receptor a obra, seja sob a forma da fotografia, seja do disco. A catedral abandona seu lugar para instalar-se no estúdio de um amador; o coro, executado numa sala ou ar livre, pode ser ouvido num quarto.” (Benjamin, 1987, pág. 168)

Vale ressaltar, que só por si, estas duas características já fazem a distinção completa entre a reprodução técnica e a reprodução manual no âmbito da arte, uma vez que esta última não tinha o poder de retirar do original a autenticidade, pois como já referido, na reprodução feita manualmente nem mesmo a mais perfeita cópia iria ficar exatamente como o objeto original. Assim, a diferença entre o original e a cópia ficam evidenciadas uma vez que no primeiro caso *“(...) a unidade e a durabilidade se associam tão intimamente como, na reprodução, a transitoriedade e a repetibilidade.” (Benjamin, 1987, pág. 170)*

“A forma mais primitiva de inserção da obra de arte no contexto da tradição se exprime no culto. As mais antigas obras de arte, como sabemos, surgiram a serviço de um ritual, inicialmente mágico, e depois religioso. O que

é de importância decisiva é que esse modo de ser aurático da obra de arte nunca se destaca completamente da sua função de ritual. Em outras palavras: o valor único da obra de arte “autêntica” tem sempre um fundamento teológico, por mais remoto que seja: ele pode ser reconhecido, como ritual secularizado, mesmo nas formas mais profanas do culto do Belo.” (Benjamin, 1987, pág. 171)

Para Benjamin (1987 [1936]), é possível reescrever a história da arte a partir do confronto de dois polos: o valor de culto e o valor de exposição. Para este autor as primeiras imagens produzidas no período da pré-história, presentes em cavernas, seriam o extremo do valor cultural em deterioramento da exposição. Isto ocorre, pois, eram utilizados como “instrumentos mágicos” para agradar aos espíritos e não aos homens, ainda que estes últimos as observassem.

“Com efeito, assim como na pré-história a preponderância absoluta do valor culto conferido à obra levou-a a ser concebida em primeiro lugar como instrumento mágico, e só mais tarde como obra de arte, do mesmo modo a preponderância absoluta conferida hoje a seu valor de exposição atribui-lhe funções inteiramente novas, entre as quais a “artística”, a única de que temos consciência, talvez se revele mais tarde como secundária.” (Benjamin, 1987, pág. 173)

A emancipação do valor de culto determinou a possibilidade da exposição das obras de arte. Já a chegada da reprodutividade técnica trouxe destaque para o valor de exposição, correspondendo a *“uma mudança qualitativa comparável à que ocorreu na pré-história”*. (Benjamin, 1987, pág. 173).

É importante salientar que o valor de culto e o valor de exposição, pela qual a história da arte poderia ser reescrita, não significa em hipótese alguma a noção de evolução e progresso, no qual a arte se teria desenvolvido de um ponto mais primitivo, onde a predominância era inicialmente o uso ritual e que mais tarde evoluiu para o valor de exposição. O importante a reter neste pensamento benjaminiano é que com a reprodução técnica o valor de exposição cresceu exponencialmente, mudando a ênfase do valor de culto para o valor de exposição, ocorrendo assim uma mudança qualitativa da obra de arte e que culmina na perda de aura. Essa perda ocorre devido à eliminação da distância, incluindo a física, entre a obra e o público. (Costa, 2016)

Para Benjamin a fotografia é a maior causa para o encurtamento da distância entre a obra e o público: *“com a fotografia, o valor de culto começa a recuar, em todas as frentes, diante do valor de exposição”* (Benjamin, 1987, pág.174). Desta forma a fotografia trouxe a possibilidade de aproximar coisas que antes estavam distantes, tanto temporalmente como fisicamente, trocando o valor de culto pelo valor de exposição. No entanto, para Benjamin as relações entre a fotografia, a obra de arte e a aura são expostas de forma mais ampla no seu texto *“Pequena história da fotografia”* (1987 [1931]) que ainda irá ser estudado ao longo desta dissertação.

5.2 - O Conceito de Aura Aplicado na Alta-costura

Após a análise do texto de Walter Benjamin, torna-se bastante obvio que a essência da aura reside na autenticidade, que por sua vez está intimamente ligada à tradição e ao distanciamento da obra por parte de quem a vê. Assim, ao longo deste subcapítulo serão feitas interseções entre conceitos pertencentes ao universo benjaminiano e a Alta-costura, de forma a mostrar a possibilidade do carácter aurático da mesma.

Logo à primeira vista é possível inserir a Alta-costura no universo do único e do original, ou seja, da autenticidade. Como foi estudado ao longo desta dissertação a Alta-costura distingue-se do Prêt-à-porter pelo facto de ser a primeira que cria novas tendências e as insere no universo da moda que são posteriormente copiadas pelas indústrias de massa. Por outras palavras e segundo a visão de Benjamin (1987[1936]) a Alta-costura pode ser entendida como o objeto original que é depois copiado e reproduzido em série através do Prêt-à-porter.

Mas, para revelar o carácter aurático da Alta-costura deve-se primeiramente fazer um estudo das características que tornam a arte tão especial e portadora de aura, realizando um quadro comparativo entre esta, o Prêt-à-porter e Alta-costura, tendo como base o texto de Efrat Tseëlon (2012, pág. 111 a 122), onde estas diferenças e semelhanças se tornam evidentes:

Tabela 1 - Comparações entre Arte, Prêt-à-porter e Alta-costura. Fonte: Adaptado de Efrat Tseëlon (2012, págs. 116 e 117).

	<i>Objeto da arte</i>	<i>Prêt-à-porter</i>	<i>Alta-costura</i>
<u>Produto</u>	- Interpretação ou imitação da natureza.	- Representação da natureza (Tendências sociais).	- Melhoramentos da natureza (imaginação).
	- Raro.	- Comum.	- Raro.
	- Único e inovador.	- Diversos e iguais.	- Único e inovador.
	- Risco: desafiador, estimulante, desafiador e provocador.	- Certeza: tradução dos conceitos das passerelles para as massas.	- Risco: criação original, não necessita de publicidade ligada ao pragmatismo.
	- Conceptual.	- Estético e prático.	- Estético e conceptual.
	- Objeto de contemplação.	- Objeto de utilidade e de estética.	- Objeto de utilidade e de estética.

	- Feito para durar.	- Efémero.	- Efémero e durável.
<u>Processo</u>	- Expressão Individual.	- Expressão comercial e coletivista.	- Expressão Individual.
	- Artesanal, técnicas especiais e ideias.	- Reprodução técnica.	- Artesanal, técnicas e métodos especiais.
	- Processo orientador: o valor está no desenvolvimento e não apenas nos resultados.	- Resultados orientados pelo sucesso económico.	- Resultado orientado pela criação de um objeto único.
<u>Intencionalidade do criador</u>	- Autêntica e genuína.	- Estética e comercial.	- Estética e promocional.
<u>Resposta do Público</u>	- Mérito e valor dos especialistas/ valor de prestígio pelo público em geral.	- Estética e valor funcional.	- Mérito e valor de prestígio.
<u>Valor Cultural</u>	- Reflexões ou confirmação de valores.	- Responder a uma necessidade, prestar um serviço.	- Mostrar potencialidades criativas.
<u>Critério de Validação</u>	- Exposição em museus.	- Presença nas lojas.	- Autoridade de difusor de tendências.
<u>Autoridade de julgamento</u>	- Comitês, críticos, diretores de museus e estudiosos da área.	- Público em geral.	- Críticos, jornais, meios de comunicação social e editores de moda.

Assim torna-se ainda mais explícito que o carácter de único, raro e inovador surge tanto no contexto da arte como no contexto da Alta-costura. Estes elementos são só mais uma prova de que o carácter de autenticidade que envolve a Alta-costura, pode-se equiparar aos mesmo termos usados por Walter Benjamin como forma de dar veracidade à obra de arte.

No entanto, essa autenticidade está ligada ao âmbito da tradição, a algo que penetrou nos valores culturais de uma determinada época. Na Alta-costura, essa tradição pode ser observada através da sua criação e origem, que no caso se desdobra na atuação de Worth e nas

alterações que este promoveu para que a imagem da Alta-costura se consolidasse e que posteriormente influenciasse toda a cadeia produtiva do vestuário.

Ao abrir o seu atelier em 1858, Worth revolucionou a indústria da moda ao intitular-se como criador e difusor de tendências, uma prática que deu origem à Alta-costura. Como um artista, Worth expressava-se através das suas peças, escolhendo as cores, os materiais e os cortes, tendo soberania total nas suas criações. No entanto, o processo de confecção foi-lhe passado por gerações de *couturiers* que lhe antecederam, remontando ao luxuoso vestuário de reis e de rainhas da Europa do século XVI, caracterizado pela sumptuosidade e mão de obra artesã, que permitia a distinção entre classes sociais.

Como foi observado no capítulo IV - História da Alta-costura, o vestuário de luxo teve origem em França, onde habilidosos e inventivos artesãos produziam peças refinadas e extraordinárias, fazendo uso de técnicas, materiais e métodos de produção específicos, que despertavam o desejo pela perfeição, pela beleza estética e pela exclusividade. Neste contexto, a Alta-costura é resultante da tradição do artífice francês na produção de vestuário, que obedece a regras e normas restritas.

Desta forma, já é possível traçar o fio condutor que liga a Alta-costura à tradição de séculos de produção de vestuário. Esta ficou ainda mais clara com a imposição de uma série de normas e preceitos pré-estabelecidos por Worth, quando este cria uma associação para as casas de moda em 1868, a “*Chambre Syndicale de la Couture, des Confectionneurs et des Tailleurs pour Dame*”. Apesar desta associação ter como fim regulamentar e proteger o trabalho dos costureiros parisienses, Worth também idealizou a comparação da Alta-costura com a arte, uma vez que no início do século XIX também esta padronizou e estabeleceu normas para as instituições académicas da arte.

Assim, a Alta-costura, para criar credibilidade como instituição regeu-se pela forma organizacional da arte para construir e consolidar um segmento específico do mercado de luxo. Neste sentido o ofício de costurar, como arte aplicada, tangia o mundo das artes plásticas convencionais. Worth decretou que a Alta-costura produzia vestuário feito artesanalmente e sobre normas específicas de qualidade, vendidas de forma restrita para uma clientela especial, sendo o seu principal objetivo diferenciar os produtos produzidos no âmbito da Alta-costura dos que eram comercializados e vendidos em lojas de departamento. Neste ponto de vista, é possível ver esse distanciamento da indústria de massa sobre o olhar de Walter Benjamin no diálogo entre a distância e proximidade, onde a Alta-costura aparece como algo quase inatingível e inacessível à maior parte da população.

A criação da etiqueta com o nome do criador bordado, introduzida por Worth faz também uma alusão à assinatura do artista numa obra de arte. Paradoxalmente, apesar da etiqueta na Alta-costura remeter mais uma vez para a autenticidade do vestuário produzido neste seguimento da moda, esta também tinha como função a distinção no mundo das mercadorias e conseqüente função comercial. A moda ao contrário da arte, visa sempre através

das suas criações obter retorno financeiro, através das trocas comerciais. O vestuário possuiu assim, segundo o ponto de vista marxista valor de uso e valor de troca, que estão inerentes nas peças criadas. Enquanto que o artista cria uma obra de arte como forma de autoexpressão onde a troca comercial não é primordial, o criador de Alta-costura cria não só por fatores de expressão, mas também por fatores comerciais, tendo sempre em perspetiva a posterior venda do produto criado.

No entanto, a autenticidade trazida pela etiqueta no âmbito da Alta-costura tem ainda a função de efetuar uma simbologia de criação, um processo que corresponde ao “instrumento mágico” que Benjamin delimitou no valor de culto, que estabelece a adoração do criador como produtor de vestuário artesanal, único e original, legitimando as suas criações como um trabalho ao nível da arte. Neste sentido é possível observar a imagem mental “fantasmagórica” citada no capítulo I - O estado da arte, por Walter Benjamin, que desliga da mercadoria o seu carácter capitalista. É neste sentido que a mercadoria de moda também se insere no âmbito cultural, através das associações semióticas entre esta e sociedade em que está inserida.

Assim, segundo os preceitos de Benjamin, a “assinatura” através da etiqueta na Alta-costura, veio posteriormente inserir criadores no âmbito da tradição, uma vez que através destas foi possível identificar uma linhagem de criadores que atuaram nesta área, respeitando as normas por ela imposta, inserindo-se diretamente como parte da história da Alta-costura e património da esfera cultural da época em que atuaram.

Depois da análise de todos os elementos pertencentes ao universo benjaminiano relativos à aura no âmbito da Alta-costura, torna-se mais simples responder à questão do possível carácter aurático da Alta-costura. A resposta revela-se afirmativa: É possível determinar o carácter aurático na Alta-costura, pois:

- O vestuário criado no âmbito da Alta-costura reclama a autenticidade, através do seu carácter de único, raro e inovador;
- Através da sua ligação à tradição de um saber-fazer específico, através de técnicas, materiais e métodos de produção próprios;
- Distanciamento da obra, uma vez que os primeiros exemplares de vestuário ligados à Alta-costura, que foram legitimados através do uso da etiqueta com a assinatura do seu criador, tornavam-se únicos na teia espacial (reconhecimento da sua aparição única ao longo do tempo);
- O valor de culto dado à Alta-costura, como algo inacessível à maioria da população.

Capítulo VI

6 - A Fotografia

6.1 - Benjamin e a Fotografia

Após definido o conceito de aura no âmbito da Alta-costura, resta ainda demonstrar como a mesma se perdeu através da reprodutividade técnica da fotografia. Esta análise tem como base também os estudos realizados por Walter Benjamin (1987) sobre a fotografia e os seus possíveis significados. Benjamin (1987 [1936]) defendia que a fotografia tomava um lugar de destaque no que diz respeito à dissolução da aura na obra de arte, no sentido que esta é um instrumento de reprodução técnica que abala o diálogo de distanciamento da obra de arte e a sua consequente aproximação ao público geral onde o carácter de unicidade e de tradição se perde.

Como foi observado, no capítulo V - Alta-costura e o carácter aurático, a fotografia tem a capacidade de acentuar aspetos que no objeto original não são acessíveis ao olhar humano, assim como também a capacidade de fazer com que a cópia apareça em situações totalmente diferentes do objeto original. Segundo Benjamin (1987 [1936]), estes fenómenos têm como origem fatores sociais, onde a reprodução técnica tenta superar a barreira da distância que existe num objeto através das cópias.

Estes itens inumerados a cima determinam a tese imposta por Benjamin (1987 [1936]) quanto ao abalo da aura na obra de arte através da fotografia. No entanto, simultaneamente, este autor faz um debate teórico entre a arte e a fotografia, através dos desdobramentos históricos desta última, assim como também das suas funções estéticas. Para uma avaliação mais adequada sobre a fotografia no pensamento benjaminiano serão efetuadas análises não só através do texto “*A obra de arte na era de sua reprodutividade técnica*” (1987 [1936]), mas também da “*Pequena história da fotografia*” (1987 [1931]).

Só por si as características de acentuação de determinados aspetos do original, inacessíveis ao olho humano e o aparecimento da cópia em situações totalmente diferentes do original, diferenciam a reprodução técnica da reprodução manual no campo da arte, onde esta última não tem autoridade para retirar do original o seu carácter de autêntico.

“Pela primeira vez, com a fotografia, a mão liberta-se das mais importantes obrigações artísticas no processo de reprodução de imagens, as quais, a partir de então, passam a caber unicamente ao olho que espreita por uma objetiva. Uma vez que o olho aprende mais depressa do que a mão desenha, o processo de reprodução de imagens foi tão extraordinariamente acelerado que pode colocar-se a par da fala (...). No início do século XX, a reprodução técnica tinha atingido um nível tal que começara a tornar objeto seu, não só a totalidade das obras de arte provenientes de épocas anteriores, e a submeter os seus efeitos às modificações mais profundas, como também a

conquistar o seu próprio lugar entre os procedimentos artísticos.” (Costa, 2016, pág. 117 apud Benjamin, 1992, pág. 76)

A fotografia veio acelerar o processo da reprodução técnica, devido à sua fácil execução que permitia capturar um objeto muito mais rápido do que os outros meios de reprodutividade técnica existentes até à época. Além disso, esta citação também aponta para o olhar distraído que a fotografia proporciona, dissolvendo desta forma a aura presente nas obras, mas também a visão desta reprodução técnica a reclamar o seu estatuto no meio dos procedimentos artísticos. Para inserir a fotografia neste contexto artístico, Benjamin (1987 [1931]) avalia a sua origem antes da época da sua explosão presente na era da reprodutividade técnica, através de fotógrafos como David Hill (1802-1870), Julia Margaret Cameron (1815-1879) e Félix Nadar (1820-1910).

“Depois de mergulharmos suficientemente fundo em imagens assim, percebemos que também aqui os extremos se tocam: a técnica mais exata pode dar às suas criações um valor mágico que um quadro nunca mais terá para nós. Apesar de toda a perícia do fotógrafo e de tudo o que existe de planejado no seu comportamento, o observador sente a necessidade irresistível de procurar nessa imagem a pequena centelha do acaso, do aqui e do agora, com a qual a realidade chamuscou a imagem, de procurar o lugar impercetível em que o futuro se aninha ainda hoje em minutos únicos, há muito extintos, e com tanta eloquência que podemos descobri-lo, olhando para trás. A natureza que fala à câmara não é a mesma que fala ao olhar; é outra, especialmente porque substituí a um espaço trabalhado conscientemente pelo homem, um espaço que ele percorre inconscientemente. Percebemos, em geral, o movimento de um homem que caminha, ainda que em grandes trações, mas nada percebemos de sua atitude na exata fração de segundo em que ele dá um passo. A fotografia nos mostra essa atitude, através de recursos auxiliares: câmara lenta, ampliação. Só a fotografia revela esse inconsciente ótico, como a psicanálise revela o inconsciente pulsional (...). Mas ao mesmo tempo a fotografia revela nesse material os aspetos fisionômicos, mundos de imagens habitando as coisas mais minúsculas, suficientemente ocultas e significativas para encontrarem refúgio nos sonhos diurnos, e que agora, tornando-se grandes e formuláveis, mostram que a diferença entre a técnica e a magia é uma variável totalmente histórica.” (Benjamin, 1987, págs. 94 e 95)

Esta citação mostra pensamento benjaminiano sobre a fotografia, dando ainda a entender que através desta é possível realizar um percurso histórico. Isto ocorre uma vez que a imagem captada numa fração de segundo, que se transforma numa imagem concreta, que para além de se transformar numa reprodução daquilo que se observa (que antes só era guardada na memória) permite ainda reviver aquele momento vezes incontáveis.

Benjamin (1987 [1931]) mostra ainda o possível valor mágico das imagens captadas através da fotografia, que era inteiramente voltada para o fotógrafo e a sua técnica, que à semelhança da arte eram de cunho inteiramente pessoal. Assim, a arte e a técnica relacionam-

se através da magia, havendo antes da era da reprodutividade técnica nas fotografias resíduos da forma aurática, sendo esta derivada não só pela sua condição técnica inicial, mas também pelo afastamento que esta possui do seu carácter como uma forma de reprodução em massa.

A condição técnica inicial está assente em noções de raridade, ausência de efemeridade e na forma artesanal. Como Benjamin (1987 [1931]) refere:

“Os Clichês de Daguerre eram placas de prata, iodadas e expostas na camara obscura; elas precisavam de ser manipuladas em vários sentidos, até que se pudesse reconhecer, sob uma luz favorável, uma imagem cinza-pálida. Eram peças únicas. (...) Não raro, eram guardas em estojos como jóias.” (Benjamin, 1987, pág. 93)

“O próprio procedimento técnico levava o modelo a viver não ao sabor do instante, mas dentro dele; durante a longa duração da pose, eles por assim dizer cresciam dentro da imagem, diferentemente do instantâneo (...). Tudo dentro dessas primeiras imagens era feito para durar; não só os grupos incomparáveis formados quando as pessoas se reuniam, e cujo desaparecimento talvez seja um dos sintomas mais precisos do que ocorreu na sociedade na segunda metade do século, mas as próprias dobras de um vestuário, nessas imagens, duram mais tempo. Observe-se o casaco de Schelling, na foto que dele se preservou. Com toda a certeza, esse casaco se tornou tão imortal quanto o filósofo: as formas que ele assumiu no corpo do seu proprietário não são menos valiosas que as rugas no seu rosto.” (Benjamin, 1987, pág. 96)

O carácter de afastamento da reprodução em massa é exemplificado por Benjamin (1987 [1931]) da seguinte forma:

“A fraca sensibilidade luminosa das primeiras chapas exigia uma longa exposição ao ar livre. Isso obrigava o fotógrafo a colocar o modelo num lugar tão retirado quanto possível, onde nada pudesse perturbar a concentração necessária ao trabalho. Como diz Orlik, comentando as primeiras fotografias: “a síntese da expressão, obtida à força pela longa imobilidade do modelo, é a principal razão pelo qual essas imagens, semelhantes à sua simplicidade a quadros bem desenhados ou bem pintados, evocam no observador uma impressão mais persistente e mais durável que as produzidas pela fotografia moderna”.” (Benjamin, 1987, pág. 96)

Desta forma, ao longo da história da fotografia é possível verificar a dissolução da aura, na sua mudança para a vertente financeira, ou seja, quando o seu objetivo deixou apenas de ser para registar momentos, para se tornar também numa forma de obter retorno monetário. Como Benjamin (1987 [1931]) exemplifica:

“Mas finalmente os homens de negócios se instalaram profissionalmente como fotógrafos, e quando mais tarde, o hábito de retoque, graças ao qual o mau pintor se vingou da fotografia, acabou por generalizar-se, o gosto experimentou uma brusca decadência.” (Benjamin, 1987, pág. 97)

Segundo Benjamin (1987 [1931]), foi por volta da década de 80 que a fotografia de retratos em miniatura se difundiu em massa, o que levou à perda de aura.

“Mas a verdadeira vítima da fotografia não foi a pintura de paisagens, e sim o retrato em miniatura. A evolução foi tão rápida que por volta de 1840 a maioria dos pintores de miniaturas se transformaram em fotógrafos, a princípio de forma esporádica e pouco depois exclusivamente.” (Benjamin, 1987, pág. 97)

No entanto, para Benjamin (1987 [1936]), o anúncio do fim da aura na fotografia surgiu com a fotografia urbana.

“O valor de culto não se entrega sem oferecer resistência. Sua última trincheira é o rosto humano. Não é por acaso que o retrato era o principal tema das primeiras fotografias. O refúgio derradeiro do valor de culto foi o culto da saudade, consagrada aos amores ausentes ou defuntos. A aura acena pela última vez na expressão fugaz de um rosto, nas antigas fotos. Porém quando o homem se retira da fotografia, o valor de exposição supera pela primeira vez o valor de culto. O mérito inexcusável de Atget é ter radicalizado esse processo ao fotografar as ruas de Paris, desertas de homens, por volta de 1900.” (Benjamin, 1987, pág. 174)

Segundo Benjamin (1987 [1931]), Atget através das suas técnicas fotográficas, trouxe a criatividade fotográfica para o mundo, apropriando-se de técnicas de montagem de modo a criar um “mundo belo” que se afastava da realidade. Assim, afastada do valor de culto a Alta-costura também fez uso dessa criatividade fotográfica como meio de difusão da sua imagem, o que consequentemente levou à perda de aura dos seus registos fotográficos. Outro aspeto importante é que este tipo de fotografia era utilizada como finalidade a promoção comercial do vestuário e do criador, que contratavam fotógrafos que por meio de artificialidades despertavam o desejo de consumo e de um estilo de vida.

Como forma de conclusão à problemática sobre a perda do carácter aurático da Alta-costura através da fotografia, a resposta revela-se sobre dois pontos de vista:

- 1) A fotografia como instrumento de reprodução técnica permite a dissolução de aura na Alta-costura através da difusão das suas imagens para as massas.
- 2) A própria fotografia feita no âmbito da Alta-costura não possui o carácter aurático que Benjamin postulou para a área da fotografia, presente nos primórdios desta área.

Assim, segundo o pensamento de Benjamin (1987 [1931]) seria fácil prever que a difusão técnica da fotografia de moda retirou o carácter aurático presente na Alta-costura, pois através desta foi possível a reprodução de cópias que abastecem o mercado de massas. No entanto torna-se necessário reformular a questão da difusão em grande escala e a consequente perda de aura. Na realidade a fotografia permite que sejam difundidos princípios e tendências presentes na Alta-costura, sendo ainda passível a cópia “integral” dos modelos fotografados, mas a aura dos produtos únicos e originais produzidos na Alta-costura não pode ser retirada,

uma vez que mantêm a sua autenticidade através da sua etiqueta e da tradição, fatores que não estão presentes na industrialização e massificação. Assim, neste sentido torna-se evidente que a fotografia não tinha o poder de retirar a aura do vestuário, uma vez que mesmo alimentando a proliferação de cópias, não possuía autoridade para retirar o valor da tradição, do trabalho artesanal e da unicidade presentes nos produtos de Alta-costura.

A fotografia teve ainda o poder de difundir o conceito de luxo associado à Alta-costura por toda a estruturação social, também postulado num conceito de estilo de vida. Desta forma, a publicação de fotografias em revistas ajudava a manter o sector vivo num duplo sentido: como forma de ideologia de um estilo de vida e como fim promocional do vestuário e do criador.

Assim, pode-se dizer que a fotografia, como meio de reprodução técnica, não ameaçou a aura presente na Alta-costura, apesar de paradoxalmente Benjamin apontar para que tal aconteça. Isto deve-se ao facto de que este meio de reprodução sempre esteve integrado na indústria da Alta-costura, ao contrário do que acontecia na arte onde a fotografia se implantou como um novo instrumento. (Costa, 2016) Foi este diálogo entre arte e fotografia que Walter Benjamin discutiu nas suas teses para a formulação da perda de aura na era da reprodução técnica, o que a torna inválida para a postulação da perda de aura na Alta-costura, uma vez que a fotografia é parte integrante desta indústria.

Assim, como forma de conclusão à problemática colocada no início desta dissertação: se a fotografia como reprodução técnica abala a aura, esta também não abalaria o “caracter aurático” da Alta-costura? Pode-se concluir que essa premissa é falsa, a fotografia não retira a aura da Alta-costura, pois:

- A fotografia é parte integrante desta indústria, na medida em que fomenta as relações entre esta e o público, através da publicidade e da idealização de um estilo de vida;
- A fotografia ajuda a Alta-costura a afirmar-se como difusora de tendências, ainda que sejam produzidas cópias dos produtos fotografados, no entanto como foi visto ao longo desta dissertação, nem a cópia mais perfeita consegue substituir o original;
- A fotografia não tem poder para retirar a aura do vestuário que se insere na Alta-costura, que tem como base a tradição, a unicidade e a raridade transmitida pela etiqueta que a define como parte do universo da Alta-costura.

Capítulo VII

7 - Estudo de Caso: Vestido de Noiva de Meghan Markle

No dia 19 de maio de 2018, ocorreu um dos eventos mais esperados do ano: o casamento Real entre o Príncipe Harry de Gales e a atriz Meghan Markle. O casamento do quarto sucessor à linha do trono britânica moveu milhares de pessoas até à Capela de St. George, no Castelo de Windsor e milhões de outras que observavam a cerimónia de perto através do pequeno ecrã por todo o mundo. De entre todas as particularidades que ocorrem num casamento real, o foco recai sempre sobre a noiva e a sua escolha para o vestido do grande dia.

Antes de Meghan chegar ao Castelo de Windsor, o seu vestido era encarado com um mistério, fazendo lembrar um verdadeiro segredo de Estado. Até à sua aparição em público eram grandes as especulações sobre de quem seria a autoria da peça e que particularidades esta possuía, como o corte, a cor, o modelo e por entre outras.

Só quando a futura mulher do Príncipe Harry se revelou ao mundo é que foi conhecida a autoria do seu vestido, que no caso pertencia a Clare Waight Keller, diretora criativa da marca de Alta-costura francesa Givenchy. Com um design minimalista, o vestido de Meghan Markle foi confeccionado com seda dupla e organza de tom branco puro, e tinha como características mais marcantes o uso de mangas a três quartos, decote em barco de ombro a ombro e ainda a silhueta em A que marcava a parte inferior do vestido. O véu utilizado foi personalizado pela noiva, feito em seda branca com um comprimento de cinco metros, incluía detalhes florais únicos e bordados à mão, que representavam os 53 países da Commonwealth, uma organização intergovernamental composta maioritariamente por países que integravam o Império Britânico, que será um dos focos de trabalho de Meghan e Harry após o casamento.

Por se tratar de uma criação de Alta-costura, todo o processo de criação foi meticuloso, demorando 3600 horas a criação e confeção deste modelo elegante, clássico e atemporal. A própria criadora referiu que para a realização de tal peça tanto Clare como toda a equipa tinham que lavar as mãos a cada meia hora, uma vez que ao trabalhar-se com uma peça de um tom 100% branco era necessário todo o cuidado para o manter imaculadamente limpo.

Segundo a imprensa¹⁶, o vestido de noiva de Meghan teria custado cerca de 228 mil euros, devido a todo o trabalho manual exigido e ao requinte de materiais utilizados, características bastante próprias das criações da Alta-costura, como foi observado ao longo desta dissertação.

¹⁶ Segundo <https://www.cmjornal.pt/cm-ao-minuto/detalhe/tudo-sobre-o-vestido-de-228-mil-euros-e-os-aderecos-de-meghan-markle>

Os acessórios escolhidos pela noiva, passaram por uns sapatos de cetim também com a assinatura da Givenchy, sendo que os brincos e as pulseiras foram especialmente desenhados para esta ocasião pela marca de luxo Cartier. Já a emblemática tiara que prendia o véu pertence à coleção pessoal de joias da Rainha Isabel II, que foi emprestada a Meghan por conta da ocasião especial.



Figura 29 - Vestido de noiva de Meghan Markle: vista frontal. Fonte: <https://revistamarieclaire.globo.com/Casamento/noticia/2018/05/o-vestido-de-noiva-de-meghan-markle-e-givenchy.html> - Acesso 25/05/2018



Figura 30 - Vestido de noiva de Meghan Markle: vista lateral. Fonte: <https://revistamarieclaire.globo.com/Casamento/noticia/2018/05/o-vestido-de-noiva-de-meghan-markle-e-givenchy.html> - Acesso 25/05/2018



Figura 31 - Vestido de noiva de Meghan Markle: vista posterior. Fonte: <https://www.cmjornal.pt/cm-ao-minuto/detalhe/tudo-sobre-o-vestido-de-228-mil-euros-e-os-aderecos-de-meghan-markle> - Acesso 25/05/2018

É através deste exemplo, bastante recente na linha cronológica que se irá desenvolver o estudo prático da postulação do conceito de aura no âmbito da Alta-costura, segundo os conceitos definidos por Walter Benjamin (1987 [1936]) para este termo, assim como também o papel essencial da fotografia para a afirmação da Alta-costura como criadora e difusora de tendências.

Como foi observado no capítulo V - Alta-costura e o “Carácter Aurático”, a tradição é um dos elementos fundamentais que configura a aura. O vestido projetado para Meghan Markle pela marca Givenchy enquadra-se perfeitamente nesta categoria, uma vez que o saber-fazer

enraizado nesta marca deriva de um método de produção bastante próprio que a torna pertencente do universo da Alta-costura.

A história da casa Givenchy começou em 1952, quando Hubert de Givenchy (1927), descendente de uma família aristocrata francesa, decidiu criar a sua própria *maison* de Alta-costura. O seu interesse pela moda despertou quando este tinha dez anos de idade e visitou uma exposição de figurinos dos mais famosos criadores franceses, fazendo-o apaixonar-se pelo luxuoso mundo da Alta-costura. Aos 17 anos, Givenchy entrou na Escola de Belas Artes de Paris, onde teve a oportunidade de trabalhar com grandes nomes da moda da época, como Jacques Fath, Robert Piguet e Lucien Lelong, sendo que em 1949 se tornou o braço direito de Elsa Schiaparelli.

Este saber-fazer, como já foi observado, provém da transmissão de sabedoria do ofício de costurar desde do século XVI, que se cristalizou no século XIX pelas mãos de Worth ao criar a Alta-costura, através de regras e preceitos que a distinguiam de outras formas de produção de vestuário. A fundação da *maison* Givenchy teve em consideração todo esse conjunto de regras estipuladas por Charles Frederick Worth, o que a levou automaticamente à categoria de produtora de vestuário de Alta-costura. Esse conhecimento da arte de costurar perdurou durante décadas, que começou inicialmente pelo fundador desta marca de luxo, e que posteriormente foi trazido através da tradição até à atual diretora criativa Clare Waight Keller, que continua a utilizar as mesmas técnicas e métodos de produção dos primórdios da Alta-costura. Desta forma, é possível afirmar que o vestido de noiva de Meghan Markle contém em si elementos que o inserem diretamente na tradição, sendo que o mais claro é a utilização de técnicas manuais para a confeção da peça.

Tratando-se de uma criação de Alta-costura, o elemento da unicidade é bastante notório. Como foi explicitado no texto introdutório deste capítulo, o secretismo por detrás do vestido de noiva de Meghan Markle foi extremo, até à sua aparição em público ninguém sabia como seria o modelo e quem estava por detrás da criação. Só quando a noiva se revelou ao mundo é que o secretismo foi desfeito e todos os detalhes da criação foram revelados. Desta forma, o vestido tornou-se único naquele período de espaço/tempo, assim naquele momento e naquele local estava o único exemplar daquele vestido, tendo ainda como elemento de autenticidade a etiqueta de Alta-costura da Givenchy, sendo impossível existir qualquer cópia do mesmo.

É neste contexto que é possível realizar um paralelismo entre o pensamento de Walter Benjamin (1987 [1936]) e o presente estudo de caso. Benjamin (1987 [1936]) acreditava que o conceito de aura é formado através de uma teia temporal e espacial, sendo que a primeira se refere à inserção na tradição e a segunda, por sua vez, já diz respeito ao que este autor descreveu como “*o aqui e o agora do original*” (Benjamin, 1987, *pág.* 167) que remete para o conteúdo da autenticidade. Assim, a autenticidade foi mantida intacta até ao momento da revelação da noiva, pois o aqui e o agora do vestido é bem definido na teia espacial, tornando-o único assim como o seu reconhecimento como tal.

Tabela 2 - Quadro resumo da aplicação do conceito de aura no vestido de noiva de Meghan Markle, criado no âmbito da Alta-costura. Fonte: Autoria própria.

	<i>Autenticidade</i>	<i>Tradição</i>	Distanciamento
<p><u>Aplicação do conceito de aura, no vestido de noiva de Meghan Markle, criado no âmbito da Alta-costura pela casa Givenchy.</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> - A presença do elemento de <u>unicidade</u> é bastante evidente, pois ao tratar-se de uma criação exclusiva de Alta-costura, até à sua aparição em público, ninguém sabia como era o modelo e quem estava por detrás da sua criação. - O vestido possuía de forma clara um <u>aqui e agora</u>, pois só existia um único exemplar naquele espaço tempo, que no caso estava a ser utilizado por Meghan Markle. - <u>Etiqueta</u> da casa Givenchy. - Carácter <u>raro e inovador</u>. 	<ul style="list-style-type: none"> - O <u>saber-fazer</u> enraizado na marca Givenchy, que tem origem nos antigos <i>couturiers</i> do século XVI e que perdura até aos dias de hoje, tornando-a parte integrante da Alta-costura, através de técnicas, materiais e métodos de produção específicos. - <u>Cumprir todas as normas e preceitos estabelecidos pelo Sindicato de Alta-costura</u>, criados inicialmente no século XIX, por Charles Frederick Worth. 	<ul style="list-style-type: none"> - Físico: <u>O valor de culto</u> conferido à Alta-costura, que devido ao seu carácter raro e inovador, que assemelha à obra de arte ao não ser acessível ao público em geral. - Temporal: O vestido de Noiva de Meghan Markle <u>irá permanecer no tempo, como o único e verdadeiro exemplar</u> criado pela casa Givenchy, autenticado pela etiqueta de Alta-costura da mesma.

Com isto, é possível afirmar que o vestido de noiva de Meghan Markle é um verdadeiro exemplo de como o conceito de aura pode ser aplicado de forma prática no âmbito da Alta-costura, seguindo todos os critérios postulados por Walter Benjamin (1987 [1936]) para a formulação deste conceito. No entanto, no texto “A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica” (1987 [1936]) Benjamin foca-se de forma mais intensa sobre a dissolução da aura

através dos novos meios de reprodução técnica, nomeadamente a fotografia. Assim, se até este momento o carácter aurático do vestido de noiva de Meghan se mantêm intacto através da sua ligação com a tradição e a unicidade, a reprodução técnica através da fotografia trouxe-lhe uma exposição à escala mundial, sendo possível observar de vários ângulos e planos detalhes do vestido, detalhes esses que passaram despercebidos à maioria das pessoas que se deslocaram até ao local da cerimónia para ver de perto a futura Duquesa de Sussex e a sua escolha para o seu “casamento de princesa”. Aqui também é possível observar a transposição do valor de culto para o valor de exposição definida por Walter Benjamin (1987 [1936]), salientando mais uma vez o carácter aurático presente na Alta-costura, uma vez que a especulação sobre o vestido de Meghan era um dos principais focos de discussão sobre o casamento real, levando a que muitas pessoas quisessem ter o privilégio de o observar de perto, tal como acontecia com as obras de arte antes da reprodução técnica, ou seja, era necessário ir até ao local onde esta se encontrava para as poder apreciar.

Essa deslocação nos dias de hoje torna-se quase desnecessária uma vez que quase tudo é transmitido em tempo real, a inserção da internet aproximou ainda mais as pessoas e tudo o que as rodeia, sendo, no entanto, a fotografia o método de preferência eleito para tal divulgação. Apesar da transmissão do casamento real através da televisão ao redor do globo, é na fotografia que é possível “congelar momentos” e vivê-los indefinidamente, isto porque a imagem em movimento transmite uma série de informações que por vezes o cérebro não tem capacidade de absorver, devido à rapidez com que acontecem, no entanto, a fotografia permite uma melhor reflexão sobre aquilo que retrata, podendo ser observada por um tempo ilimitado.

A fotografia é desta forma um meio de reprodução técnica que permite eternizar um momento, uma expressão ou até mesmo um sorriso, cristalizando um momento da linha temporal num pedaço de papel, ou como acontece de forma mais comum atualmente, guardar esse momento através de ferramentas digitais. No entanto, ainda que a forma de visualização seja diferente, a essência da fotografia postulada por Benjamin (1987 [1931]) continua intacta, ou seja, existem fotografias que podem ser observadas sobre um prisma mais artístico como forma de eternizar um momento ou sobre um prisma com fins comerciais como acontece com os editoriais de moda.

Ainda que sobre o ponto de vista deste exemplo, a fotografia pretenda guardar a memória do casamento real entre o Príncipe Harry e Meghan Markle, a mesma serve como uma ferramenta que possibilita a reprodução técnica do vestido utilizado pela noiva, produzido no âmbito da Alta-costura. É sobre este olhar da possibilidade de cópia, através do fornecimento de detalhes quase imperceptíveis ao olho humano, que Benjamin (1987 [1936]) alerta para a possibilidade da perda da aura na obra de arte, conceito que, como já foi discutido aos longo desta dissertação, pode ser incluso na Alta-costura.

Assim, a reprodução técnica do vestido de noiva através da fotografia pode dar origem a um número de infindáveis cópias, no entanto a aura presente no vestido utilizado por Meghan Markle não pode ser retirada. Esta afirmação pode ser explicada da seguinte forma: a fotografia

não possui autoridade para retirar a tradição do saber-fazer da Alta-costura que está incluso no vestido produzido por Clare Waight Keller, diretora criativa da marca Givenchy, que cumpre os preceitos definidos para a concretização de uma peça de Alta-costura segundo a *Fédération de la Haute Couture et de la Mode*. Assim, apesar da possibilidade de reprodução, nenhuma cópia terá o carácter autêntico e único do vestido Givenchy, que lhe é conferido através do uso da etiqueta desta marca de Alta-costura.

Os elementos personalizados pela noiva, Meghan Markle, torna o vestido ainda mais raro, autêntico e único, uma vez que todos os simbolismos presentes remetem para o campo pessoal, como é o caso dos bordados presentes no véu, que para além de terem sido produzidos à mão tornando a sua reprodução igual impossível, têm uma simbologia que pode ser aplicada apenas à pessoa para qual o vestido de Alta-costura foi projetado, sendo que essa nunca será igual para qualquer outra pessoa que o use. É nesse campo que a Alta-costura difere dos outros meios de produção do vestuário, como as massas, uma vez que como projeta individualmente para uma única pessoa, que têm as suas próprias crenças e desejos, que são transpostos posteriormente para a peça, tornando-a única e irreproduzível. É este desejo de ter uma peça totalmente personalizada que gera o valor de culto conferido à Alta-costura, no entanto devido desta se tratar de uma indústria de luxo, torna-a inacessível à maioria da população que não têm recursos financeiros para possuir uma peça criada nesta área, que paradoxalmente lhe confere mais valor de culto, uma vez que a inacessibilidade gera no ser humano a ideologia de adoração.

Tendo como base o valor referido pela imprensa nacional, onde o vestido teria custado 228 mil euros, torna-se bastante evidente o que foi referido atrás, assim como forma de democratização da moda a fotografia torna-se um grande aliado para que sejam retirados elementos do vestido original, satisfazendo as necessidades das massas, que pretendam um vestido semelhante ao criado no âmbito da Alta-costura. É sobre esta perspetiva que a fotografia permite à Alta-costura criar o fetiche de um determinado estilo de vida, baseado no poder económico, tendo ainda esta o poder de disseminar tendências na indústria de massas, conferindo-lhe um estatuto de autoridade no campo da inovação de novas características formais do vestuário.

O campo da ética é o que distingue as reproduções integrais de um determinado tipo de vestuário, criado no âmbito da Alta-costura, daquelas que o usam apenas como inspiração retirando somente os elementos mais marcantes daquela tipologia de vestuário, como a cor, corte, silhueta e pequenos detalhes, sendo, no entanto, criações distintas. A ética tange o campo pessoal, remetendo para a crença do que é certo e do que é errado, assim quando alguém copia um modelo de Alta-costura, sabe de forma consciente que o mesmo não se trata de uma criação única e que algo igual já foi feito, arriscando a sua carreira como criador de moda devido ao plágio e à violação dos direitos autorais. É por este motivo que na indústria da moda raramente se encontram cópias integrais de vestuário que já foi produzido no campo da Alta-costura, sendo apenas usadas inspirações para a criação de uma nova tipologia de vestuário

de acordo com as tendências lançadas pela Alta-costura. As cópias integrais verificam-se num campo mais doméstico, elaborado por norma por costureiras, que possuem uma grande prática no que toca ao saber-fazer, mas capacidades bastante limitadas no que toca à imaginação e à criação de vestuário novo, limitando-se a satisfazer os desejos das suas clientes, assim como acontecia desde do século XVI até ao século XIX. Como estas não possuem ligações a nenhuma marca registada e legalizada na indústria da moda, as sanções para este tipo de reproduções técnicas teriam as mínimas repercussões. No entanto, vale reforçar a ideia que mesmo neste tipo de cópia integral, o carácter aurático do vestido original produzido na Alta-costura não seria abalado, uma vez que a cópia carecia do valor de autenticidade dado através da etiqueta da casa proveniente e ainda do percurso histórico que o inseria na tradição, configurado através de métodos e processos utilizados exclusivamente na Alta-costura.

Desta forma, a fotografia pode ser vista como um aliado da Alta-costura, uma vez que permite enaltece-la como difusora de tendências, que posteriormente se espalham por todas as ramificações da moda. Devido ao facto do exemplo dado ao longo deste capítulo ser bastante recente ainda não existem evidências que apoiem tal hipótese, no entanto, através da análise de outro exemplo semelhante é possível prever de que forma o vestido de noiva de Meghan Markle é capaz de provocar mudanças no vestuário de noivas na indústria de massas. Para realizar tal previsão, irá ser utilizado um exemplo anterior e mais distante do presente: o vestido de noiva de Catherine (ou mais conhecida como Kate) Middleton.

Apesar de este modelo não pertencer à esfera da Alta-costura, mas sim à *Demi-couture* pode considerar-se esta criação assinada pela marca Alexander McQueen como um objeto intimamente ligado à esfera do luxo no vestuário, que reúne em si técnicas e métodos específicos, sendo que, no entanto, a marca não se encontra registada na *Fédération de la Haute Couture et de la Mode* como produtora de vestuário de Alta-costura e daí a impossibilidade da utilização do termo, como já foi observado nesta dissertação. Assim, mesmo não tendo esta denominação não se pode descredibilizar todo o saber-fazer acumulado nesta criação assim como também o seu carácter único e de difícil reprodução.

O vestido de noiva de Kate Middleton foi criado por Sarah Burton, diretora criativa da casa Alexander McQueen, e foi utilizado no seu casamento com o príncipe William no dia 29 de abril de 2011. Esta criação combinou a tradição e a modernidade numa só peça, conjugando a visão artística que caracteriza o trabalho de Alexander McQueen e a visão mais sóbria da noiva, Kate Middleton.



Figura 32 - Vestido de noiva de Kate Middleton. Fonte: <http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2012/02/vestido-de-noiva-de-kate-middleton-concorre-a-premio-de-design.html> - Acesso 25/05/2018



Figura 33 - Detalhes do vestido de noiva de Kate Middleton. Fonte: <https://losangeles.cbslocal.com/photo-galleries/2011/07/07/duchess-catherines-fashion/> - Acesso a 25/05/2018

Ao observar mais atentamente este modelo utilizado por Kate Middleton, no dia do seu casamento, é possível observar que este possuía características que se enaltecem:

- O corpete em forma de coração que começa na cintura e prolonga-se até à linha acima do peito, confeccionado em cetim branco, com uma sobreposição completa que cobre todo o busto em renda formando um decote em V;
- Visto posteriormente, o corpete apresentava na parte traseira uma fileira de 58 botões revestidos em organza branca, que se alinhavam ainda na continuação da sobreposição do tecido em renda com o tecido em cetim (como na parte da frente);
- Utilização de mangas em renda ajustadas de forma perfeita aos braços;
- Saia em formato de A, também confeccionada em cetim branco, que abria desde a cintura até ao chão através da utilização de pregas e machos;
- Cauda de 2,70 metros em cetim de cor marfim, que nascia na linha da cintura sobre o corpo principal dos vestido confeccionado em cetim branco;
- O corpete e a saia possuíam ainda detalhes de renda inglesa *Cluny* e francesa *Chantilly* bordados à mão, em seda marfim e em cetim branco;
- Véu de tule em seda, na cor marfim com pequenas flores aplicadas manualmente ao longo da extremidade;
- Toda a renda utilizada nesta criação foi bordada à mão pela Escola Real de Costura, localizada no Palácio de Hampton Court, e tinha como elementos figuras de rosas, cravos, narcisos e trevos.

São todos estes fragmentos que originam a possibilidade de reinterpretação e criação de modelos inspirados no vestido original utilizado por Kate Middleton, onde a fotografia tem um papel fundamental no que toca à maior evidência de detalhes, que se não fossem “congelados no tempo” seriam impossíveis de recriar e de recordar. Um casamento real com esta magnitude despertou o desejo das futuras noivas em possuir um vestido com características idênticas ao utilizado pela atual Duquesa de Cambridge, Kate Middleton. Para suprimir tal necessidade vários designers criaram modelos bastante semelhantes ao original, sendo um dos casos mais famosos o criadora chinesa Yang Lifei, que criou uma réplica do vestido de Kate Middleton inicialmente para a demonstração num programa de televisão britânica, apenas uma semana depois do casamento real entre William e Kate. A repercussão desta cópia teve um impacto enorme no público, devido às grandes semelhanças que esta cópia possuía em relação ao original criado por Sarah Burton. Esse impacto revelou-se sobre a forma de inúmeras encomendas para a aquisição da cópia do vestido criado por Yang Lifei, que ao perceber a grande quantidade de pedidos decidiu produzir o vestido em série.



Figura 34 - Réplica do vestido de Kate Middleton pela criadora Yang Lifei (05/05/2011); Fonte: <https://noticias.bol.uol.com.br/ultimas-noticias/entretenimento.htm> - Acesso 05/06/2018



Figura 35 - Original e réplica do vestido de Kate Middleton em utilização. Fonte: <http://g1.globo.com/mundo/noticia/2011/05/estilista-chinesa-copia-vestido-do-casamento-de-kate-middleton.html> - Acesso 05/06/2018

Como é possível observar o vestido recriado por Yang Lifei possui características muito próximas do vestido utilizado por Kate Middleton, no entanto os dois modelos são bastante distintos. Apesar dos elementos mais marcantes do original permanecerem na cópia, como é o caso do formato do decote, a utilização de uma sobreposição em renda e da silhueta em A, é bastante notório a introdução de novos elementos por parte da criadora chinesa, como acontece com a aplicação de renda na parte frontal e central da saia do vestido, um elemento que o original da casa Alexander McQueen não possui. Também é de salientar a diferença entre os materiais utilizados que no conjunto final tornam bastante distintas as duas criações, no que toca não só à estética visual, mas também em termos de caimento e ajuste corporal que no caso de Kate é perfeito. Desta forma, a réplica criada por Yang Lifei só veio enaltecer o original criado no âmbito da *Demi-couture* com a assinatura da casa McQueen, uma vez que as diferenças de técnicas, métodos e de materiais utilizados são bastante visíveis, fazendo com que a cópia aumente a soberania do original.

Se neste caso existiu uma recriação do vestido de noiva de Kate Middleton quase que integral (ainda que inicialmente tivesse propósitos expositivos e não comerciais) em que o vestido foi produzido apenas uma semana após o enlace de William e Kate, a verdadeira difusão de tendências que esta peça causou só se começou a verificar nas coleções posteriores a este evento, que se refletiram diretamente na moda para noivas, como será ilustrado de seguida. Acha-se ainda pertinente fazer uma pequena avaliação das tendências em vigor no ano de 2011 para o vestuário de noivas, como forma de ilustrar as transformações e influências que o vestido utilizado por Kate Middleton trouxe para esta ramificação da moda.



Figura 36 - Tendências de moda de noivas para 2011. Fonte: <http://modaglossnubia.blogspot.com/2011/03/vestido-de-noiva-2011.html> - Acesso 05/06/2018



Figura 37 - Romona Keveza, 2012. Fonte: https://www.kleinfeldbridal.com/index.cfm?pid=52&item_id=13610&rowid=11 - Acesso 05/06/2018



Figura 38 - Pronovias, 2012. Fonte: - <https://www.onewed.com/photos/stunning-lace-drop-waist-ballgown-pronovias-wedding-dress-19205/> - Acesso 05/06/2018



Figura 39 - Rosa Clara, 2012. Fonte: <https://www.onewed.com/photos/kate-middleton-inspired-spring-2012-rosa-clara-wedding-dress-with-sheer-lace-sleeves-18571/> - Acesso 05/06/2018



Figura 40 - Zuhair Murad, 2012. Fonte: <http://www.weddinginspirasi.com/2012/05/26/zuhair-murad-wedding-dresses-2012/> - Acesso 05/06/2018



Figura 41 - Aire Barcelona, 2012. Fonte: <http://casamento-noiva.com.br/dicas-para-casamento-barato/>
- Acesso 05/06/2018



Figura 42 - Alyne Bridal by Rivini, 2012. Fonte: <http://vancitybride.com/blog/fashion-beauty/alyne-trunkshow-ivorybridal.html> - Acesso 05/06/2018



Figura 43 - Christos, 2013. Fonte: https://www.huffingtonpost.com/2012/10/14/amsale-wedding-dresses_n_1965333.html?ir=Weddings#slide=1640299 - Acesso a 05/06/2018

Após o exposto é bastante visível a transposição de tendências difundidas através do vestido de Kate Middleton, onde em alguns casos a reinterpretação foi feita de forma linear e fiel ao modelo apresentado por Sarah Burton e em outros existiu a influência de elementos presentes na peça original. A maior tendência criada que se pode captar através da análise das figuras acima expostas é a utilização da renda em todo o corpete, fazendo um jogo de sobreposições e transparências, tal como acontecia com o vestido de Kate. Também é possível observar a grande utilização do decote em V em renda, que sobrepõe a parte interna em formato de coração, e ainda a utilização de mangas (também em renda), sendo outro ponto fulcral o alargamento da saia em formato de A, ao invés da silhueta marcada na zona do quadril que são facilmente identificadas na figura 36. Desta forma, pode-se concluir que as tendências de moda após a apresentação do modelo utilizado por Kate Middleton se modificaram, mudando assim automaticamente a estética dos modelos que lhe sucederam ao longo dos anos.

O modelo utilizado pela atual Duquesa de Cambridge, Kate Middleton, no seu casamento é considerado um modelo intemporal, contendo em si a combinação certa de elegância e sofisticação nunca esquecendo o lado estético, esta combinação de fatores faz com que ainda nos dias de hoje exista uma grande procura de modelos inspirados ou replicados da peça assinada por Sarah Burton, diretora criativa da Alexander McQueen. Esta excedente procura não remete apenas para o lado simbólico de utilizar no dia do casamento um “vestido digno de princesa”, mas também para a crença e o culto de um determinado estilo de vida, representado neste exemplo pelo vestuário de luxo criado no âmbito da *Demi-couture*. Esta ligação entre as marcas de luxo e pessoas socialmente e financeiramente bem-sucedidas, cria na população em geral o desejo de parecerça com as mesmas, não só através da imitação do vestuário utilizado, seja em ocasiões especiais ou no dia-a-dia, mas também através dos seus hábitos e valores, visando criar conseqüentemente uma falsa identidade no que toca ao estatuto social pertencente, como já acontecia no final da idade média e que deu origem ao fenómeno denominado de moda.

A intemporalidade dos modelos pode ser também confirmada através do exemplo do vestido de noiva de Kate Middleton, uma vez que recentemente foi lançada por uma marca de vestuário de *fast-fashion*, a H&M, que no presente ano (2018) lançou uma recriação do vestido da Duquesa de Cambridge, após seis anos do seu casamento com o Príncipe William. Desta forma, é bastante visível o poder e a conotação que esta peça ainda possui mesmo após o seu distanciamento na linha cronológica, podendo-se fazer ainda referência à fotografia como a grande responsável para que o vestido de Kate Middleton continue presente nos dias de hoje, não somente como uma lembrança, mas também como uma forma de difusão de uma estética cristalizada no passado, capaz de alcançar o presente e o futuro.



Figura 44 - Vestido de noiva H&M (05/04/2018) inspirado na criação de Sarah Burton para Kate Middleton; Vista frontal. Fonte: <http://sicmulher.sapo.pt/estilo/2018-04-05-Versao-low-cost-do-vestido-de-noiva-de-Kate-Middleton-a-venda-na-HM> - Acesso a 05/06/2018



Figura 45 - Vestido de noiva H&M (05/04/2018) inspirado na criação de Sarah Burton para Kate Middleton; Vista posterior. Fonte: <http://sicmulher.sapo.pt/estilo/2018-04-05-Versao-low-cost-do-vestido-de-noiva-de-Kate-Middleton-a-venda-na-HM> - Acesso a 05/06/2018

Desta forma, como uma síntese da análise do estudo de caso do vestido de noiva de Meghan Markle, todas as previsões segundo o exemplo anterior exposto de Kate Middleton, apontam para que num futuro próximo as tendências para a moda de noivas se alterem de acordo com o modelo assinado por Clare Waight Keller, diretora criativa da Givenchy, e que as mesmas se irão tornar intemporais na linha cronológica, servindo como referência para outras criações no âmbito da moda para noivas. Como já foi discutido, a fotografia torna possível a aproximação entre objetos de culto com as massas, assim seguindo esta linha de pensamento, a fotografia tem um papel fundamental no que toca à recriação do vestuário criado no âmbito da Alta-costura e seus semelhantes sem que, no entanto, seja perdido o mérito da criação original, ou seja, a sua aura. O original enaltece-se perante as cópias e o seu valor mantém-se intocável, sendo que na Alta-costura a cópia serve ainda como forma de afirmação e de soberania desta indústria do luxo como a criadora e ditadora de tendências.

Conclusões

Após o estudo realizado ao longo desta dissertação podem-se retirar alguns pontos-chave entre as aproximações entre a moda e a arte, sendo a base de tal relação a Alta-costura. Desde o seu surgimento no século XIX, a Alta-costura captou a atenção do público através do seu carácter único e inovador, uma vez que permitiu a emancipação do *couturier* para o papel de criador e difusor de tendências que colocava no vestuário seguindo os seus próprios ideais, vivências e crenças, ou seja, a sua própria subjetividade, tendo a plena soberania sobre as suas criações.

Foi esta transposição de todos estes elementos subjetivos para o vestuário que levou os criadores a afirmarem-se como verdadeiros artistas, uma vez que acreditavam que as suas criações no âmbito da Alta-costura se assemelhavam às obras de arte criadas dentro da esfera artística, devido a ambas as áreas se destinarem à proliferação de ideias ou emoções posteriormente apreciadas pelo público. No entanto, os criadores nunca conseguiram alcançar o reconhecimento como verdadeiros artistas, não só devido à separação entre as artes e a Alta-costura ocorrida no século XVIII, mas também devido à ideia do carácter de “fútil” e apenas pertencente ao universo feminino, fazendo com que esta não possuísse credibilidade para a esfera cultural.

Para que a Alta-costura possuísse um valor cultural mais elevado, os criadores dispensavam bastante tempo a criar relações e a desenvolver contactos com artistas e os seus projetos, como forma de se integrarem no mundo das artes. Outra forma de estreitamento de relações entre as duas áreas era o patrocínio por parte das *maisons* a museus de arte, que recompensava os seu “benfeitores” com exposições nessas instituições, que ideologicamente pertenciam apenas à arte. Essa relação através dos museus acrescentava nas peças de Alta-costura um valor simbólico, contraído através do “contágio” de estar lado a lado com peças criadas no âmbito da arte. A invenção dos desfiles de moda foi ainda outra forma encontrada pelos criadores para aproximar a moda da arte, pois se na arte a apreciação é necessária para findar o processo criativo na moda tal não é fundamental uma vez que o processo termina com a confeção da ideia inicial e não com a sua exibição. Esta estratégia também aproximou as duas áreas, uma vez que ambas se submetiam à apreciação por parte do público, despertando neste não só sentimentos e emoções, mas também permitia a abertura de espaço para as suas críticas e apreciações pessoais. Outro aspeto semelhante na arte e na moda é o início do processo criativo que se principia na inspiração e que posteriormente é transporto para uma superfície na forma de esboço, através da ilustração.

Mas a interdisciplinaridade entre o mundo da arte e da moda torna-se mais evidente com a participação de artistas na criação de vestuário, como aconteceu com Elsa Schiaparelli e os artistas do surrealismo (1920), que criaram entre si relações bem próximas que permitiu que os dois campos coexistissem e trabalhassem entre si em simultâneo, havendo uma fusão

entre as duas áreas. Contemporaneamente é possível observar o impacto direto que as obras de arte têm no vestuário, uma vez que o universo da arte serve muitas vezes como inspiração para a criação de peças no âmbito da moda, como por exemplo a criação de estampados com alusões parciais ou totais à obra de arte. A interação entre os movimentos da arte e o mundo da moda podem ser assim observados desde o século XIX até ao presente, sendo perceptíveis os momentos de inspiração que a arte forneceu à moda e a dependência da moda ao usar a arte como uma forma de elaboração de produtos com valor cultural e ao mesmo tempo com valor financeiro.

A Alta-costura foi um fenómeno que se cristalizou no século XIX, através de Charles Frederick Worth, mas a sua origem remonta para o século XVI, onde o luxo e a riqueza invadiram o estilo de vida da corte francesa. Foi através das mãos deste criador que houve uma emancipação do estatuto de costureiro para o de criador, uma vez que se anteriormente não existia nenhum envolvimento por parte do *couturier* no processo criativo para a elaboração do vestuário, estando este sujeito à vontade das suas clientes. Uma das grandes inovações implantadas por Worth foi a criação de um novo sistema onde era ele o responsável pelos aspetos formais do vestuário que elaborava, tendo plena soberania sobre as suas criações. Outra inovação foi a abertura da sua própria maison contrariando a tendência da época onde era o costureiro que se deslocava à casa das suas clientes para a encomenda de peças.

Para além destes novos aspetos enumerados acima, Worth foi ainda o primeiro criador a utilizar a sua assinatura através da etiqueta, de forma a diferenciar as suas criações das demais, sendo ainda o pioneiro a realizar desfiles das suas criações para as clientes da *maison*. Esta nova organização da moda, onde o vestuário era produzido artesanalmente tendo como base o saber-fazer tradicional dos *couturiers* franceses, era conjugado com a vertente de exclusividade e unicidade, que atraiu os olhares das elites que procuram estas características associadas ao luxo como forma de distinção social através da utilização do vestuário. Como forma de elevar o prestígio da Alta-costura e regulamentar as atividades do sector, Worth fundou ainda uma espécie de sindicato dedicado a tal fim, intitulado de “*Chambre Syndicale de la Couture, des Confectionneurs et des Tailleurs pour Dame*” (1868), desta forma o termo Alta-costura ficou protegido por lei, e só poderia ser utilizado pelas *maisons* que cumprissem as regras e preceitos pré-definidos.

Paralelamente ao desenvolvimento e crescimento da Alta-costura, a reprodução técnica ganhava cada vez mais terreno. A difusão de imagens, através da fotografia, ameaçou a exclusividade do vestuário produzido no âmbito da Alta-costura, uma vez que permitia que os modelos fotografados fossem mais fielmente replicados, onde por vezes eram quase imperceptíveis as diferenças entre o original e a cópia. Essas técnicas de reprodução foram também uma grande ameaça no campo artístico e foi sobre este que Walter Benjamin (1987 [1936]) fez a sua análise através do texto “*A obra de arte na era de sua reprodutividade técnica*”, onde o autor formulou um conceito denominado de aura, uma característica inerente à obra de arte original e única, que se vai deteriorando através da reprodutividade técnica e

consequentes cópias. De forma, a aproximar a moda do campo das artes foi realizada uma transposição do carácter aurático encontrado nas obras de arte para o âmbito da Alta-costura, tendo em conta a sua formulação e aplicação teórica.

Para Walter Benjamin (1987 [1936]), a essência da aura reside na autenticidade, que por sua vez está intimamente ligada à tradição e ao distanciamento da obra por parte de quem a vê. A Alta-costura insere-se de imediato no campo da autenticidade através do seu carácter único, raro e inovador, características que se podem observar tanto nesta área como no contexto da arte, o que providencia uma aproximação entre os dois campos de imediato. No entanto, essa autenticidade está ligada ao âmbito da tradição, a algo que penetrou nos valores culturais de uma determinada época. Na Alta-costura, essa tradição pode ser observada através da sua origem e criação, que remonta ao século XVI e se cristaliza no século XIX através de Charles Frederick Worth. Todo o processo de criação de vestuário de luxo manteve-se inalterado ao longo do séculos, sendo desta forma a Alta-costura o produto resultante da tradição do saber-fazer do artífice francês, que obedece a regras e normas distintas. Já o distanciamento pode ser observado, segundo os preceitos de Benjamin, através da “assinatura” presente na etiqueta de Alta-costura, uma vez que esta legitimou os primeiros exemplares de vestuário ligados a esta ramificação da moda, que foram reconhecidos ao longo do tempo como uma criação única e original. A etiqueta teve ainda o poder de identificar uma linhagem de criadores que atuaram no âmbito da Alta-costura, que respeitaram as normas e preceitos definidos por esta, inserindo-os diretamente como parte integrante da história desta área e património da esfera cultural da época em que atuaram. No entanto, pode-se ainda observar o distanciamento criado entre a Alta-costura e a indústria de massas, sobre o olhar de Walter Benjamin, no diálogo entre a distância e a proximidade, uma vez que a Alta-costura aparece como algo quase inatingível à maioria da população, gerando desta forma o valor de culto conferido às peças e criadores desta área assim como acontecia com as obras de arte.

Após o exposto, pode-se concluir que de facto a Alta-costura pode reclamar o seu carácter aurático, uma vez que se consegue relacionar e tornar aplicáveis todas as formulações teóricas do conceito de aura definido por Walter Benjamin para a obra de arte. Desta forma, pode-se ainda concluir que o intercâmbio desta característica formal, denominada de aura, é mais um instrumento de aproximação entre os campos da moda e da arte, onde a Alta-costura é o elo de ligação.

No entanto, se a Alta-costura pode reclamar do seu carácter aurático segundo as postulações de Walter Benjamin (1987 [1936]), a sua ideologia sobre a fotografia como forma de reprodução técnica não abalaria apenas a obra de arte, como formulado por este autor, mas também a Alta-costura como detentora de aura. Para Benjamin, a fotografia era considerada como um instrumento de reprodução técnica que retira o diálogo de distanciamento da obra de arte e a sua consequente aproximação ao público geral, onde o carácter de unicidade e de tradição se perde.

Para Walter Benjamin, a fotografia tem a capacidade de acentuar aspetos que no objeto original não são acessíveis ao olhar humano, assim como também a capacidade de fazer com que a cópia apareça em situações totalmente diferentes do objeto original. Para Benjamin estes fenómenos têm como origem fatores sociais, onde a reprodução técnica tenta superar a barreira da distância que existe num objeto através das cópias. No entanto, este autor afirma no seu texto *“Pequena história da fotografia” (1987 [1931])*, que é possível a fotografia possuir um cunho artístico e até mesmo ter resíduos de aura nos seu primórdios, antes da sua explosão na era da reprodutividade técnica, onde esta tinha o poder de transformar momentos vividos em algo físico e capaz de apelar às lembranças e reviver de momentos passados, como o culto à memória de entes queridos já falecidos. A fotografia no seu início afastava-se da reprodução técnica, devido ao seu carácter de raridade e cunho pessoal voltado para o fotógrafo e a sua técnica. No entanto, com a mudança de paradigmas onde o valor de registar momentos se aliou à vertente financeira e à produção em massa, culminou numa dissolução da aura presente nesta área.

A fotografia urbana, para Benjamin, marcou o fim da aura neste campo, uma vez que se iniciou a artificialidade de um “mundo belo” começando a ser construída através da criatividade fotográfica e de técnicas de montagem. Assim, afastada do valor de culto verificado nos primórdios da fotografia, a Alta-costura também fez uso dessa criatividade fotográfica como meio de difusão da sua imagem, o que conseqüentemente levou à perda de aura dos seus registos fotográficos. Também é importante ressaltar que foi através deste meio de reprodução técnica que existia a promoção comercial do vestuário e do criador, que contratavam fotógrafos que por meio de artificialidades despertavam o desejo de consumo e de um estilo de vida. Segundo este ponto de vista, é bastante óbvio que a fotografia como instrumento de reprodução técnica permite a dissolução de aura na Alta-costura através da difusão das suas imagens para as massas, sendo ainda que a própria fotografia feita no âmbito da Alta-costura, não possui o carácter aurático que Benjamin postulou para a área da fotografia, presente nos primórdios desta área.

A presença da fotografia como um meio de reprodução técnica na Alta-costura ajudou esta ramificação da moda a afirmar-se como a soberana e ditadora de tendências, que posteriormente eram copiadas pelas estruturas mais baixas deste universo. No entanto, mesmo com as passíveis cópias “integrais” dos modelos fotografados no âmbito da Alta-costura pela indústria em massa, a aura dos produtos originais e únicos produzidos nesta área não pode ser retirada, uma vez que mantêm a sua autenticidade através da sua etiqueta e da tradição, fatores que não estão presentes na industrialização e massificação. A fotografia tinha ainda o poder de manter vivo o conceito de luxo e exclusividade inerentes à Alta-costura, através da ideologia de um estilo de vida e da publicidade conferida ao vestuário e aos criadores. Com isto, pode-se afirmar que a que a fotografia como meio de reprodução técnica, não ameaçou a aura presente na Alta-costura, apesar de paradoxalmente os estudos efetuados por Walter Benjamin apontarem para que tal aconteça. Isto deve-se ao facto de que este meio de

reprodução sempre esteve integrado na Alta-costura, ao contrário do que acontecia na arte onde a fotografia se implantou como um novo instrumento. Desta forma, a postulação da perda de aura através da fotografia na obra de arte, que Benjamin discutiu nas suas teses, não se torna válida para a análise da perda de aura na Alta-costura, uma vez que esta é parte integrante desta. Assim, pode-se concluir que a fotografia não retira o carácter aurático da Alta-costura, pois este meio de reprodução técnica desenvolveu-se e integrou-se de forma natural nesta ramificação da moda, ajudando-a ainda a fomentar as relações entre esta e o seu público, através da publicidade e da idealização de um estilo de vista, assim como também a ajudá-la a afirmar-se como difusora de tendências. Outro ponto-chave essencial sobre esta questão é que ainda que sejam produzidas réplicas quase que integrais dos produtos criados no âmbito da Alta-costura, com a ajuda da fotografia que acentua detalhes imperceptíveis ao olho humano, esta não possui autoridade para retirar a aura presente nesta tipologia de vestuário, que tem como base a tradição, a unicidade e a raridade transmitida pela etiqueta que a define como pertencente ao universo da Alta-costura.

Trabalhos Futuros

O mundo da Alta-costura é rodeado pelo luxo e exclusividade, características que separam esta ramificação das restantes inclusas no universo da moda. Seguindo as premissas de Marx (2013 [1867]), é de rápida compreensão que a Alta-costura é um dos segmentos onde se observa uma maior discrepância entre o valor real da mercadoria e o valor da sua venda, ou seja, o preço dos materiais e do trabalho necessário para a realização do produto não corresponde ao preço afixado na etiqueta final, existindo uma inflação excessiva. Segundo o mesmo autor, isto ocorre devido à atribuição de um valor simbólico, descrita por este como uma “forma fantasmagórica”, onde o homem deixa de comprar o produto real e passa a adquirir uma transcendência que um determinado produto representa. Desta forma, a mercadoria passa por um processo onde adquire características ligadas ao simbolismo, passando a estar sujeita à adoração e ao valor de culto, postulado por Walter Benjamin (1987 [1936]), um conceito também referido na presente dissertação. Exposto isto, acha-se pertinente que num trabalho futuro seja explorada a questão que relaciona o universo do luxo e da Alta-costura com todos estes elementos referidos acima, sendo que para tal, é necessário observá-los sobre o ponto de vista da disciplina que os estuda: a semiótica.

Desta forma, tendo como base o conjunto de conhecimentos adquiridos através da formulação desta dissertação, intitulada “*Alta-costura e as Aproximações da Moda com a Arte*”, seria de extrema relevância um tema complementar à mesma, baseado na análise semiótica ao universo da Alta-costura e do luxo, tendo como ponto de partida a sugestão das seguintes questões a serem desenvolvidas:

- De que forma a Alta-costura incorpora elementos semióticos nas suas criações?
- Como são desenvolvidas as ligações semióticas entre o universo do luxo da Alta-costura e o público em geral?
- Como o valor dos signos das marcas influenciam o consumo e o ato da compra junto dos consumidores?
- Como as simbologias presentes nas marcas de luxo determinam o prestígio social?
- De que forma, na atualidade, existe uma “falsificação” do prestígio social, conferido através da cópia de produtos de luxo?

Bibliografia

Benjamin, W (1987). *Obras Escolhidas: Magia e Técnica, Arte e Política*. (R. Filho, J. Barbosa, Trad.); São Paulo: Editora Brasiliense. Disponível em: <https://archive.org/details/BENJAMINWalterPassagens> - Acesso 02/03/2018

Broega, A., Gursoy, B. & Refosco, E. (dezembro de 2011). Limiar entre a moda e a arte. *IARA - Revista de Moda, Cultura e arte*. São Paulo: Vol.4, nº2, pág. 75-79. Disponível em: <http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/> - Acesso 04/09/2017

Castilho, K. (2006). *Moda e Linguagem*. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi.

Costa, D. (2013). Alta-costura, aura e reprodutividade técnica. *Revista Contemporânea*. Rio de Janeiro: Ed.22, Vol.11, nº2, pág. 74-83. Disponível em: <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/contemporanea/article/view/7637> - Acesso 29/01/2018

Costa, M. (2016). *Alta Costura: Origem e percurso na cultura da Massificação*. (Dissertação não publicada de Doutorado em Comunicação e Semiótica) Universidade Católica de São Paulo. Brasil. Disponível em: <https://tede.pucsp.br/bitstream/handle/19539/2/Maria%20Auxiliadora%20Leite%20Costa.pdf> - Acesso 05/03/2018

Fogg, M. (2013). *Tudo Sobre Moda*. Rio de Janeiro: Editora Sextante. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/376108757/Tudo-Sobre-Moda-Marnie-Fogg> - Acesso 18/04/2018

Geczy, A., & Karaminas, V. (2012). *Fashion and Art*. UK: Editora Berg. Disponível em: https://issuu.com/sherifabid1/docs/fashion_and_art - Acesso 01/02/2018

Gursoy, B. (2012). *Fashion and Art: The Influence of Art on Fashion and the Coexisting Relationship in the 20th Century Western Culture*. (Dissertação não publicada de Mestrado em Design e Marketing de Moda) Universidade do Minho. Portugal. Disponível em: https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/22401/1/ARTANDFASHION_THESIS_BEYLEMCANSUGU_RSOY_24.09.2012.pdf - Acesso 11/03/2018

Grumbach, D. (2009) *Histórias da Moda*. (J. Canedo Trad.) São Paulo: Editora Cosac & Naify. Disponível em: <http://fredeswindasarabia.tk/read/?id=a1lPgAACAAJ&format=pdf&server=1> - Acesso 03/03/2018

Laver, J. (1989) *A Roupas e a Moda: Uma História Concisa*. São Paulo: Editora Companhia das Letras. Disponível em: <https://pt.scribd.com/doc/314956708/Laver-A-Roupa-e-a-Moda> - Acesso 04/01/2018

Lipovetsky, G. (1994). *The Empire of Fashion: Dressing Modern Democracy*. New Jersey: Princeton University Press.

- Lipovetsky, G. (2010). *O Império do Efêmero: A moda e o seu destino nas sociedades modernas*. Alfragide, Portugal: Publicações Dom Quixote.
- Machado, I. (2003). *Escola de Semiótica: A Experiência de Tártu-Moscú para o estudo da cultura*. São Paulo: Editora Ateliê. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/365923799/machado-irene-escola-de-semiotica-pdf> - Acesso 23/10/2017
- Maguire, J. (1964). The Differentiation of art in Plato`s Aesthetics. *Harvard Studies in Classical Philology*. Cambridge: Department of the classics - Harvard University, 389-410. Disponível em: https://www.jstor.org/stable/310813?seq=1#page_scan_tab_contents - Acesso 12/12/2017
- Malraux, A. (1967). *Essay. What is Art Today?*. Time magazine US. Disponível em: <http://content.time.com/time/subscriber/article/0,33009,843370-5,00.html> - Acesso 12/12/2017
- Marx, K. (2013). *O Capital - Livro 1 - O processo de produção de Capital*. (R. Enderle Trad.) São Paulo: Editora Boitempo. (Obra originalmente publicada em 1982). Disponível em: <https://coletivocontracorrente.files.wordpress.com/2013/10/tmps7j7bv.pdf> - Acesso 03/03/2018
- Munari, B. (1981). *Das coisas nascem coisas*. Lisboa: Editora Edições 70. Disponível em: https://kupdf.com/download/bruno-munari-das-coisas-nascemcoisaspdf_59f43426e2b6f5ba1bf845f8_pdf - Acesso 06/03/2018
- Munari, B. (1984). *Artista e Designer*. Lisboa: Editora Presença.
- Neves, M. & Branco, J. (2000). *A Previsão de Tendências para a Indústria do Vestuário*. Guimarães, Portugal: Editora TecMinho.
- Paraíso, G. (2007). *A Crise da Aura na Fotografia: estudo sobre os desdobramentos do texto de Walter Benjamin, a obra de arte na era de sua reprodutividade*. Brasil: Universidade Federal da Paraíba. Disponível em: https://focusfoto.com.br/wpcontent/uploads/2011/11/A_CRISE_NA_AURA_DA_FOTOGRAFIA.pdf - Acesso 05/03/2018
- Peixoto, M. (2003). *Arte e grande público: a distância a ser extinta*. Campinas: Editora Autores Associados.
- Salgado, K. (2015). *O Luxo e a Alta-Costura: Uma Análise Semiótica*. (Dissertação não publicada de Pós-Graduação em Têxtil e Moda). Universidade de São Paulo. Brasil. Disponível em: http://bdtd.ibict.br/vufind/Record/USP_d9d51381fb575e42e56fef98feb61a93 - Acesso 04/04/2018
- Simmel, G. (2008). *A Filosofia da Moda*. Lisboa: Edições Texto & Grafia.
- Souza, G. M. (1996). *O Espírito das roupas: A Moda no Século Dezenove*. São Paulo: Editora Companhia das Letras.
- Steele, V. (2010). *The Berg Companion to Fashion*. Oxford: Editora Berg.

Steele, V. (2012). Fashion. In A. Geczy. & V. Karaminas, V. (Ed.) *Fashion and Art*.(Capítulo 1, pág. 13-29) UK: Editora Berg. Disponível em: https://issuu.com/sherifabid1/docs/fashion_and_art - Acesso 01/02/2018

Svendsen, L. (2010). *Moda uma Filosofia*. (M. Borges Trad.) Rio de Janeiro: Editora Zahar.

Tseëlon, E. (2012). Fashion. In A. Geczy. & V. Karaminas, V. (Ed.) *Fashion and Art*.(Capítulo 9, pág. 111-122) UK: Editora Berg. Disponível em: https://issuu.com/sherifabid1/docs/fashion_and_art - Acesso 01/02/2018

Webgrafia

<http://luxurylab.com.br/2010/04/retrospectiva-yves-saint-laurent-paris/> - Acesso 14/03/2018

<http://www.herramienta.com.ar/coloquios-y-seminarios/fetichismo-reificacao-e-fantasmagoria-walter-benjamin-leitor-de-marx> - Acesso 14/03/2018

<https://www.dicionarioetimologico.com.br/arte/> - Acesso 15/03/2018

<https://www.priberam.pt/dlpo/espartilho> - Acesso 20/03/2018

<http://modahistoria.blogspot.com/2012/07/a-relacao-moda-e-arte.html> - Acesso 20/05/2018

<https://museeyslparis.com/en/biography/lhommage-a-piet-mondrian> - Acesso 20/05/2018

<https://museeyslparis.com/en/biography/une-collection-en-hommage-aux-artistes> - Acesso 20/05/2018

<https://bibliobelas.wordpress.com/2011/07/12/35-roupas-inspiradas-nas-artes-plasticas-modaarte/> - Acesso 20/05/2018

<https://ilpiccolomondodicri.wordpress.com/2014/03/10/moda-arte-semana-de-moda-em-milao/> - Acesso 20/05/2018

<https://eluxemagazine.com/magazine/the-history-of-haute-couture/> - Acesso 13/04/2018

<https://fhcm.paris/en/the-federation/> - Acesso a 10/04/2018

<https://www.priberam.pt/dlpo/savoir-faire> - Acesso 14/04/2018

<https://www.cmjornal.pt/cm-ao-minuto/detalhe/tudo-sobre-o-vestido-de-228-mil-euros-e-os-aderecos-de-meghan-markle> - Acesso 05/06/2018

<https://revistamarieclaire.globo.com/Casamento/noticia/2018/05/o-vestido-de-noiva-de-meghan-markle-e-givenchy.html> - Acesso 05/06/2018

<http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2012/02/vestido-de-noiva-de-kate-middleton-concorre-a-premio-de-design.html> - Acesso 05/06/2018

<http://g1.globo.com/mundo/noticia/2011/05/estilista-chinesa-copia-vestido-do-casamento-de-kate-middleton.html> - Acesso 05/06/2018

<http://sicmulher.sapo.pt/estilo/2018-04-05-Versao-low-cost-do-vestido-de-noiva-de-Kate-Middleton-a-venda-na-HM> - Acesso 05/06/2018

Anexos

Anexo 1 - Walter Benjamin

Pequena Apresentação do Autor

Walter Benjamin foi um filósofo, ensaísta, crítico literário e tradutor de nacionalidade alemã. A sua contribuição para o campo do conhecimento foi de extrema importância, uma vez que as suas vastas obras literárias cunharam o saber para áreas como a teoria estética, o pensamento político, a filosofia e também para a história da época. Com uma grande associação à Escola de Frankfurt e à Teoria e Crítica, foi fortemente inspirado para a conceção das suas obras tanto por autores marxistas (Bertolt Brecht) como também por autores do místico judaico (Gershom Scholem). Devido ao profundo conhecimento da língua e da cultura francesa traduziu para o alemão obras como *“Quadros Parisienses”*, de Charles Baudelaire, e *“Em Busca do Tempo”*, de Marcel Proust. O seu trabalho pode ser descrito como uma combinação de ideias aparentemente antagónicas do idealismo alemão, do materialismo dialético e do misticismo judaico. Os seus trabalhos mais notáveis foram os seus ensaios *“A obra de arte na era de sua reprodutividade técnica”* (1936), *“Teses sobre o conceito de história”* (1940) e a monumental e inacabada *“Paris, Capital do século XIX”*. Walter Benjamin, foi ainda o formulador do conceito de aura, que surge no seu discurso estético como uma espécie de alerta de perigo quanto ao facto da comercialização e reprodução em massa da obra de arte, argumentando ainda que a sociedade de consumo é um sintoma de uma era degradada, onde a arte é apenas uma fonte de gratificação ao ser consumida.



Figura 46 - Walter Benjamin (1892-1940).

Biografia do Autor

Walter Benedix Schönflies Benjamin nasceu em Berlim, Alemanha, no dia 15 de julho de 1892. Filho de Emil Benjamin e de Paula Schönflies, Walter Benjamin fazia parte de uma abastada família da burguesia judia. Iniciou os seus estudos em 1902, ao 10 anos de idade, na escola Friedrich Kaiser, em Charlottenburh. No entanto, devido à sua frágil saúde, em 1905, foi matriculado num internato em Turíngia durante dois anos, onde conheceu o pedagogo Gustav Wynecken que o influenciou a ingressar no Movimento da Juventude, que tinha como objetivo reformar o sistema de Educação da Alemanha.

Em 1910, Benjamin começou a publicar os seus ensaios e críticas na revista juvenil *Der Anfang*, dirigida por Wynecken, sob o pseudónimo de Aroob. Começou o seu percurso académico na área da Filosofia Neokantiana, na Universidade Albert-Ludwig de Friburg, em Brisgóvia. Já

em 1913, Walter regressou à sua cidade natal, Berlim, onde estudou Lógica. Nesse mesmo ano, foi eleito presidente do Grupo de “Estudantes Livres”, que integrava o Movimento da Juventude. Ainda em 1914 retira-se do grupo e em 1915 corta todas as ligações movimento e com Wynecken, por discordar do apoio dado à Primeira Guerra Mundial.

Já em 1917, mudou-se para a universidade de Berna, onde conheceu Dora Sophie Pollak Kellner, com quem posteriormente se casou. Em 1919, Walter Benjamin recebe o seu título de doutorado com a dissertação “*O conceito de crítica no romantismo alemão*”. Devido a dificuldades financeiras, este retorna a Berlim e começa a residir de novo com os seus pais. No ano de 1920, começou a trabalhar como crítico literário e tradutor. Entre 1923 e 1925, Walter Benjamin trabalhou sobre a sua obra mais ampla, o ensaio “*A origem da tragédia alemã*”, que foi posteriormente apresentada como uma tese de douramento na área de Estética, na Universidade de Frankfurt, que, no entanto, não foi aceite pela instituição vedando-lhe o acesso à docência no departamento dessa área.

Após a rejeição da sua tese, iniciou uma ampla colaboração em jornais e revistas, entre elas a Revista do Instituto de Pesquisa Social, mais tarde conhecida como a Escola de Frankfurt. Após o término do seu casamento em 1930, Benjamin parte para Ibiza, em 1932, onde viveu durante alguns meses, seguindo de imediato para Niza onde considerou suicidar-se. Com a chegada do regime nazista ao poder em 1933, Walter Benjamin refugia-se em França onde inicia um escrito monumental, que não chega a concluir, intitulada de “*Charles Baudelaire: um poeta lírico no auge do capitalismo*”, publicada pós-morte do autor em 1973.

Em 1935, as revistas e jornais alemães dispensam os seus artigos. Residindo ainda em França, viu o seu pedido de naturalização francesa rejeitado, sendo-lhe ainda retirada a cidadania alemã em 1939. Com a invasão nazista em território francês, em 1940, Benjamin atravessa o país com o objetivo de chegar a Espanha e embarcar para os Estados Unidos da América. No dia 27 de Setembro de 1940 chega à fronteira espanhola, onde é retido e impossibilitado de embarcar. Devido à ameaça de ser entregue aos nazistas, Walter Benjamin põe termo à vida, suicidando-se com uma dose letal de morfina que trazia consigo. Assim, aos 48 anos, Benjamin faleceu em Port Bou, na fronteira Franco-espanhola.

Webgrafia

https://pt.wikipedia.org/wiki/Walter_Benjamin#Obras - Acesso a 11/06/2018

https://www.ebiografia.com/walter_benjamin/ - Acesso a 11/06/2018

Figura 46 - https://pt.wikipedia.org/wiki/Walter_Benjamin#Obras - Acesso a 11/06/2018

Anexo 2 - Calendário Haute Couture | Printemps/Été 2018

HAUTE COUTURE

Printemps/Été 2018
Calendrier définitif

TÉLÉCHARGER LE CALENDRIER

VUE GLOBALE AFFICHER PAR SEMAINE AFFICHER PAR JOUR

	Lundi 22 Janvier 2018	Mardi 23 Janvier 2018	Mercredi 24 Janvier 2018	Judi 25 Janvier 2018	
10:00	SCHIAPARELLI	CHANEL	MAISON MARGIELA	RYDK RONALD VAN DER KEMP **	10:00
10:30					10:30
11:00	SCHIAPARELLI		FRANCK SOBRIER	HYUN MI NIELSEN **	11:00
11:30					11:30
12:00	IRIS VAN HERPEN **	CHANEL			12:00
12:30			ELIE SAAB *		12:30
13:00	GEORGES HOBEIKA **			AF VANDEVORST **	13:00
13:30		ALEXIS MABILLE	GALIA LAHAV **		13:30
14:00				MAISON RABIH KAYROUZ **	14:00
14:30	CHRISTIAN DIOR	STÉPHANE ROLLAND	JEAN PAUL GAULTIER		14:30
15:00				CHRISTOPHE JOSSE **	15:00
15:30		JULIEN FOURNÉ			15:30
16:00	PROENZA SCHOUER **		VIKTOR&ROLF *	XUAN **	16:00
16:30		ULIANA SERGEENKO **			16:30
17:00	RALPH RUSSO **		ZUHAIR MURAD **		17:00
17:30					17:30
18:00	ANTONIO GRIMALDI **	GIORGIO ARMANI PRIVE *	VALENTINO *		18:00
18:30					18:30
19:00					19:00
19:30	GIAMBATTISTA VALLI	ALEXANDRE VAUTHIER	AZZARO COUTURE **		19:30
20:00					20:00
20:30	YUMA NAKAZATO **	GIVENCHY	GUO PEI **		20:30

HAUTE JOAILLERIE
 - BOUCHERON
 - CHANEL JOAILLERIE
 - CHAUMET
 - CHOPARD
 - DIOR JOAILLERIE

* : membres correspondants
 ** : membres invités

Webgrafia

<https://fhcm.paris/en/paris-fashion-week-en/fashionshows-schedule/?session=session1498569334> - Acesso a 10/05/2018