

Alice Ferraz*

MODA@ESTADAO.COM



O mundo de sonhos da alta-costura

Por acompanhar semanas de moda pelo mundo há anos, já tive a oportunidade de assistir a desfiles de tirar o fôlego. Entre todas essas experiências, no entanto, nenhuma foi tão impactante quanto assistir a um desfile de alta-costura pela primeira vez. Lembro-me como se fosse hoje dos looks do estilista libanês Elie Saab entrando na passarela. A história que permeia esse universo de sonhos já tinha plantado em mim uma semente de grande expectativa e o que assistí superou a promessa. Vestidos de festa fazem parte do meu imaginário de menina sonhadora, e a altíssima qualidade das criações que desfilavam à minha frente me levaram a um universo paralelo. Foi um momento definitivo na minha "régua" de exigência do que consi-

derava excelência na moda. No mercado, o termo alta-costura define um grupo seleto de estilistas e marcas que recebem essa chancela de forma legal pelo ministério da indústria francesa, com um selo de altíssima qualidade, trabalho artesanal e sob medida. As semanas de alta-costura também marcam o início das temporadas de moda do ano e lançam as primeiras tendências que depois serão traduzidas para as semanas de moda do prêt-à-porter, que acontecem na sequência. Outro diferencial são os desfiles em si, sempre menores e com uma lista exclusiva de convidados, normalmente formada com os melhores clientes da marca e que podem consumir vestidos com valores de mais de 200 mil euros. Assistir a um desfile assim teve um efeito imediato: em vez de me sentir escolhida e privilegiada ao estar

presente em meio a poucos, só pensava que algo dessa magnitude deveria ser visto pelo mundo todo. Meu entendimento na época era de que me parecia um desperdício tão poucas pessoas ao redor do planeta poderem entrar em contato com tamanha beleza. Na minha cabeça, assim como as obras de arte que valem milhões são expostas em museus sem terem que ser necessariamente compradas, as criações que estavam à minha frente também deveriam ser admiradas por quem nunca pudesse financeiramente adquiri-las. Elas são um objeto de estudo, um por-

No convite, a mensagem clara era: compartilhem, vamos mostrar ao mundo o que é a alta-costura

tal para enxergarmos a arte na moda. Tentei durante várias temporadas fazer com que essa mentalidade fosse compreendida e postava meus conteúdos feitos de maneira amadora em minhas mídias sociais, além de enviar para parceiras de trabalho incentivando o compartilhamento. Não surtiu efeito. O pensamento da época era de que



JULIANA AZEVEDO

quem pode postar e compartilhar é quem foi convidado. Quem não está na lista e posta parece querer mostrar que estava presente. Raciocínio tortuoso, penso, para manter o acesso restrito ao belo. Então, passados alguns anos, na semana passada, o mundo da moda mudou. Com as restrições impostas pela pandemia, a semana de al-

ta-costura não pôde ser feita fisicamente em Paris e suas marcas realizaram apresentações e desfiles digitais. Convites virtuais e senhas foram distribuídas a uma lista seleta de convidados — recebi o meu cheio de ansiedade e aí veio a surpresa. A mensagem clara era: compartilhem, vamos mostrar ao mundo o que é a alta-costura, sua história e suas criações.

A Maison Dior, casa de imensa reputação no segmento, chamou um grande diretor de cinema romano, Matteo Garrone, para dirigir uma obra poética em filme, mostrando, em meio a um jardim encantado de ninfas e seres mitológicos, as criações Dior para o mundo todo. O vídeo podia ser baixado poucos minutos após sua apresentação e foi compartilhado por milhares de pessoas da forma como sonhei anos atrás.

Os desfiles com presença física do público deixaram de existir? Certamente, não. Finalmente, temos um encontro harmônico de linguagens usando as plataformas disponíveis para que a informação seja oferecida a todos.



Reinvenção. Diretor Matteo Garrone e o filme 'Mito Dior'

DIOR INSPIRA-SE EM UNIVERSO MITOLÓGICO

Pela primeira vez, apresentações exclusivas do mercado de luxo são compartilhadas minutos após seu lançamento

Alice Ferraz

Existem momentos decisivos que têm o poder de mudar a história. Nos últimos dias, vivemos uma dessas quebras de paradigma. Na semana mais exclusiva de moda, a de alta-costura, realizada todo ano em Paris, uma das cidades mais luxuosas do mundo, assistimos ao rompimento de um modelo de pensamento. Em vez de desfiles presenciais para poucos, este ano eles foram substituídos por apresentações digitais que construíram uma narrativa para cativar a todos. O exemplo mais em-

blemático vem de uma marca icônica do mercado de luxo mundial, a Maison Dior. A casa francesa, hoje sob o comando da diretora criativa italiana Maria Grazia Chiuri, tem sido pioneira em movimentos feministas desde a entrada da executiva em 2016. Primeira mulher à frente da marca em mais de 70 anos de existência, Maria Grazia conseguiu como poucos equilibrar passado e presente para avançar e conquistar novos consumidores. Na semana passada, no entanto, era o futuro que precisava ser desbravado. Como realizar uma semana de alta-costu-

ra sem um desfile físico? Sem a presença de importantes clientes e jornalistas? Em entrevista exclusiva, Maria Grazia contou os desafios que enfrentou para criar uma mensagem que, neste momento, pudesse ser a ponte entre a herança cultural da Dior, suas referências e o olhar para o futuro. "A criatividade me levou a mudar a linguagem e me forçou a pensar de maneira diferente. Eu me tornei, nesta quarantena que passei em

Roma, minha cidade natal, uma obcecada em olhar para o futuro. Olhar para o passado, para o que já foi uma semana de alta-costura, não me levaria à transformação necessária", diz a estilista. Maria Grazia definiu o que chamou de "sistema de reinvenção": pediu ao diretor italiano de cinema e amigo Matteo Garrone que a ajudasse a transformar sua visão artística em uma história. Em formato de total colaboração, nasceu o filme

OMito Dior, em que imagens surrealistas e mágicas misturavam-se às criações da grife. Os vestidos de alta-costura tornam visível o invisível. Em uma floresta encantada, ninfas, sereias e criaturas mitológicas são hipnotizadas pela visão dos vestidos Dior. Cada uma delas escolhe uma peça que a representa e, depois, devidamente vestidas com elas, voltam à natureza. "A escolha da roupa sempre como representação de quem somos", explica a diretora criativa da casa francesa. A estilista emerge na mudança de formato e na comunicação uma grande oportunidade para

que a mentalidade de que a alta-costura é para poucos seja revista. "O sistema todo começou a mudar antes da pandemia. A moda fala de contemporaneidade e o comportamento do cliente mudou muito. Estou feliz em conseguir me conectar, assim, com a moda com mais pessoas." Maria Grazia reforça minha primeira sensação ao assistir a um desfile de alta-costura anos atrás e diz que essas criações devem ser vistas por todos, assim como obras de arte em um museu. Não precisamos poder comprar para ter acesso à arte e, agora, felizmente, nem à moda.

Retratos da moda

OS RESPONSÁVEIS PELO UNIVERSO MÁGICO QUE MARCOU A APRESENTAÇÃO DE ALTA-COSTURA DA MAISON DIOR



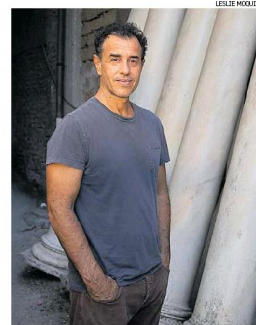
ALEXSEN COSSAHO

Mininaturas. Réplicas dos vestidos da coleção produzidas à mão por costureiras do ateliê em tamanho reduzido. Elas vão viajar o mundo em um baú que representa o icônico edifício da marca em Paris



INES PINHEIRO

Diretora criativa. Maria Grazia Chiuri em frente aos manequins que vestem suas criações



LEILSE HOOKLIN

Cineasta. O italiano Matteo Garrone, responsável pelo filme 'O Mito Dior', que transformou a narrativa da alta-costura para a comunicação digital

PHOTOS: ANDRÉ LACROIX; ESTILO: ANDRÉ LACROIX; CORTESIA: MAISON DIOR

pressreeder