

Moda noiva sob medida no Brasil: Cultura material e estudo de caso do ateliê Belina¹

Bespoke bridal fashion in Brazil: Material culture and a case study of the Belina Atelier

Beatriz de Assis Ribeiro Pereira Nazareth

RESUMO

Este artigo realiza uma reflexão sobre a moda noiva sob medida no Brasil a partir de um estudo de caso do ateliê Belina, situado no Rio de Janeiro. Inicialmente, apresenta uma breve contextualização histórica do vestido de noiva e do desenvolvimento desse segmento como nicho da indústria da moda, discutindo, à luz do capitalismo tardio, possíveis desafios enfrentados pelos processos de criação e produção artesanal. Na sequência, busca compreender as características organizacionais, produtivas e simbólicas desse nicho de mercado e do ateliê investigado, estabelecendo aproximações entre os processos observados e aqueles descritos na literatura sobre a alta-costura, sem pretender estabelecer equivalências entre contextos distintos. A pesquisa também discute aspectos relacionados à valorização do trabalho especializado, à construção do valor no segmento da moda noiva e às tensões que permeiam sua cadeia produtiva. O estudo de caso permitiu compreender a complexidade desse mercado e evidenciar elementos que contribuem para a discussão sobre a produção sob medida e o segmento de luxo na moda brasileira.

Palavras-chave: vestido de noiva; moda; produção sob medida.

ABSTRACT

This article reflects on bespoke bridal fashion in Brazil through a case study of the Belina atelier, located in Rio de Janeiro. Initially, it presents a brief historical context of the wedding dress and the development of this segment as a niche within the fashion industry, discussing, in light of late capitalism, possible challenges faced by artisanal creation and production processes. Subsequently, it seeks to understand the organizational, productive, and symbolic characteristics of this market niche and the atelier under investigation, establishing connections between the observed processes and those described in the literature on haute couture, without intending to establish equivalences between distinct contexts. The research also discusses aspects related to the appreciation of specialized work, the construction of value in the bridal fashion segment, and the tensions that permeate its production chain. The case study allowed for an understanding of the complexity of this market and highlighted elements that contribute to the discussion on bespoke production and the luxury segment in Brazilian fashion.

Keywords: bridal gown; fashion; bespoke production.

1 INTRODUÇÃO

O presente artigo pretende tirar o vestido de noiva do senso comum do “romantismo” e colocá-lo como objeto de estudo, analisando como o traje de noiva sob medida no Brasil sobrevive sob as pressões do capitalismo contemporâneo e da dinâmica socioeconômica atual,

¹ Trabalho orientado pelo Prof. Dr. Javier Wilson Volpini.

podendo servir como ponto de partida para estudos mais aprofundados. Para isso, o trabalho foi dividido em: uma busca histórica e social para compreender a evolução do vestido de noiva; econômica e laboral, analisando a estrutura da indústria têxtil brasileira; e estudo de caso, com o objetivo de analisar, no contexto investigado, as questões discutidas ao longo do artigo.

Para fundamentar a pesquisa, foi importante contextualizar um pouco a cultura material e histórica do vestido de noiva, desde suas origens como vestimenta cerimonial, fazendo um recorte na indumentária europeia e norte americana, até as expansões e alterações na roupa matrimonial, que veio junto da mudança contratual, social e religiosa do casamento.

Os objetivos específicos da pesquisa envolvem: compreender aspectos do desenvolvimento da moda noiva sob medida como segmento do mercado brasileiro; investigar em que medida as práticas de criação sob medida para noivas apresentam características associadas ao segmento da moda de luxo brasileira, estabelecendo aproximações com as técnicas utilizadas pelas *maisons* parisienses; analisar o contexto de produção do ateliê de noivas Belina, no Rio de Janeiro, a fim de discutir as questões apresentadas ao longo do trabalho.

Serão abordados nas seções de mercado e processos de design, as questões sociais do casamento e da moda, por exemplo, a mão de obra usada na indústria, além de analisar em que medida as crises socioeconômicas podem influenciar o desenvolvimento desse mercado, assim como os efeitos do avanço tecnológico e da crescente utilização da inteligência artificial sobre o processo criativo dos designers de noivas e as demais fases produtivas.

Para fundamentar as discussões desenvolvidas neste artigo, será importante basear alguns argumentos no autor, Gilles Lipovetsky, mais especificamente na sua obra “O império do efêmero” (2009); na autora Joana Contino, em seu livro “A indústria da moda no capitalismo tardio: design, ideologia e relações de trabalho” (2025), além de suas análises percorridas ao longo da obra. Dados de relatórios² da ABIT, Firjan, UNOPS, IBGE e Sebrae, foram bastante usados como embasamento, e algumas análises feitas por consumidores e criadores na área da moda, como a especialista em indumentária Pauline Kisner (2025), também conhecida como Modista do Desterro. Ainda foram utilizados para subsidiar as discussões da pesquisa, os pensamentos do filósofo francês Luc Ferry (2014), em torno das mudanças sociais e mercadológicas do casamento e, conseqüentemente, a moda noiva.

Ao final deste artigo espera-se que as análises desenvolvidas contribuam para a compreensão das características da produção sob medida na moda noiva brasileira, discutindo

² Os dados coletados pelas instituições citadas, foram retiradas do livro da autora Joana Contino (2025)

suas aproximações com a moda de luxo e os desafios enfrentados por esse segmento no contexto do capitalismo tardio.

2 NOIVAS: BREVE HISTÓRIA E CULTURA CONTEMPORÂNEA

O imaginário atual sobre o traje de noiva, de modelos fluidos aos bufantes, rendas e tons de branco, é muito diferente de sua origem histórica. Antes da sua popularização no final do século XIX, o vestido da noiva era simplesmente a peça mais luxuosa e imponente de seu guarda-roupa, principalmente entre as classes mais abastadas, nobres e burgueses. Nesses grupos, o poder era demonstrado por meio de tecidos finos, mantos e tingimentos raros, que eram caros e difíceis de conseguir. Conforme aponta a historiadora Pauline Kisner (2025), a roupa da noiva funcionava como um símbolo visual estratégico: mais do que um item estético, ela comunicava os bens e as alianças políticas que a mulher trazia para o novo matrimônio, servindo como uma prova pública do prestígio financeiro e político de sua família.

Antes do branco, as noivas usavam diversas cores nos seus casamentos. Na Grécia antiga o roxo era comum entre as mais ricas, mas também era comum o vermelho, amarelo e até rosa (Kisner, 2025). Em culturas na Ásia o vermelho é usado até hoje, noivas da China, Índia, Coreia e Vietnã usam trajes típicos com essa cor para suas celebrações de casamento (Zoi; Maria, 2014), o branco às vezes é reservado para ensaios fotográficos ou para as festas após a cerimônia. Na Idade Média, noivas da nobreza casavam-se usando trajes azuis, vermelhos, amarelos, verdes e dourados para alta nobreza, como é o caso da princesa Margarida da Dinamarca, seu vestido é um dos poucos registros de vestimenta preservada desse período. A peça, datada de 1400, era vermelha de seda pura e inteiramente bordada com fio de ouro. Atualmente, o vestido é exibido somente em um expositor horizontal e não permite qualquer manipulação (Nature History Heritage, 2021).

Uma característica contemporânea dentre os trajes de casamento é o fato de serem usados uma única vez, prática essa não muito comum nos séculos passados. As roupas continuavam sendo usadas mesmo após as cerimônias, até passadas adiante como herança, já que não existia a produção em massa de roupas, as pessoas obtinham poucas peças ao longo da vida. No entanto, se arrumar ou se vestir de um jeito específico para o casamento, também se aplicava às classes mais baixas, porém, apenas como a peça de roupa mais conservada ou mais nova que a pessoa possuía, mas ainda assim, continuava fazendo parte do guarda-roupa mesmo após as celebrações (Kisner, 2025).

O casamento como cerimônia ou evento também passou por grandes mudanças, nem sempre foi o grande espetáculo que muitos casais almejam realizar, antes era reservado aos

convidados, e caso fosse uma cerimônia nobre ou burguesa, as notícias dessa união eram divulgadas posteriormente (Cate Doty, 2021), hoje pode ser algo quase instantâneo com a ajuda das redes sociais e esse aspecto está presente desde o planejamento. O casamento contemporâneo envolve estruturar tudo que vai para a internet, contratando equipe de fotógrafos e *videomaker*, além de pessoas que trabalham especificamente com mídia para as redes sociais, um cenário bem distinto de décadas anteriores, quando o foco dos registros era compor os álbuns pessoais e familiares. A expansão do mercado de noivas e suas novas simbologias e tendências, reflete as dinâmicas do capitalismo tardio, fase atual do sistema econômico, caracterizada não só pela globalização, mas pelo avanço tecnológico de massa e, principalmente, pela mercantilização de esferas culturais, transformando rituais íntimos em espetáculos de consumo. No mercado nupcial, isso se traduz na transformação do casamento em uma grande exibição, no qual não se adquire apenas produtos, mas a validação de uma experiência moldada para a reprodução midiática.

Em adição ao recente caráter performático do casamento, muito antes do grande mercado que se tornou no século XXI, conforme exposto anteriormente, as cerimônias eram um contrato de união por bens, posses, tratados e claro, uma cerimônia religiosa.

Segundo o filósofo francês, Luc Ferry,

Os historiadores nos ensinam que foi o capitalismo moderno que inventou o casamento por amor. Evidentemente, sem querer. Simultaneamente ao surgimento do assalariado, deu-se o nascimento do indivíduo. Com a autonomia material que o salário proporciona, as pessoas decidem casar-se, e não mais serem casadas. É a história do século 19. Antes os motivos do casamento eram a linhagem, a economia e a biologia. A classe operária começa a se casar por amor bem antes da classe burguesa, por razões patrimoniais evidentes. Os operários não tinham nada a perder (Ferry, 2014, s.p.).

O casamento como contrato civil, sem cunho religioso, passou a existir na Europa em 1836, no Brasil em 1890, mas ainda mantém diferentes legislações e tradições dependendo do país e cultura, como casos de uniões poligâmicas em países da Ásia Ocidental. (Batista, 2021, s.p.)

Mesmo com as mudanças sociais e filosóficas do casamento, a tradição de usar um traje específico mais elaborado, visto principalmente nas classes mais altas, foi se popularizando após os períodos de Revolução Industrial e pós-guerras, o vestir-se de noiva foi mais disseminado nas demais classes, o que não significa que, mesmo após séculos da existência desse tipo de indumentária, ainda não seja um divisor dessas classes.

Atualmente, o vestuário nupcial feminino pode ser adquirido por meio de múltiplos canais de consumo, que abrangem desde plataformas virtuais de *fast-fashion* e lojas especializadas até brechós, ateliês com coleções *prêt-à-porter* e produções sob medida. Ademais, a prática do *Do It Yourself* (DIY) se tornou bastante comum, possibilitando que noivas confeccionem o próprio traje com o auxílio de tutoriais digitais e moldes pré-fabricados. Diante dessa diversidade de origens, constata-se variações significativas na qualidade das matérias-primas, no rigor do processo de confecção e na singularidade do *design*, aspectos diretamente condicionados ao canal de aquisição escolhido.

Junto à modernização da indústria da moda e o crescimento desenfreado da produção têxtil nos últimos duzentos anos, a roupa de noiva ganhou uma dimensão simbólica, a peça é vista como a mais importante na vida de uma mulher, um conjunto de materiais têxteis que vão simbolizar as crenças e personalidade de quem veste, será o rito de passagem de independência e individualidade para vida compartilhada e seu novo estado civil.

3 INDÚSTRIA TÊXTEL E MERCADO DE NOIVAS

Após a Revolução Industrial, a indústria têxtil e de confecção foi crescendo cada vez mais, hoje o Brasil é responsável por ser o segundo maior empregador de mão de obra, atrás apenas do setor de alimentos (IBGE, 2024). Além disso, o país possui a maior cadeia têxtil completa no Ocidente, tendo desde a produção de fibras, até semanas de moda, passando pelas indústrias de fiação, tecelagem, beneficiamentos, confecção e varejo (Contino, 2025 *apud* ABIT, 2024).

No século XX, as guerras mundiais impactaram significativamente a indústria da moda, visto que a crise de matérias-primas afetou a produção do vestuário e as tendências divulgadas mundialmente pela Europa e os Estados Unidos, que sofreram adaptações diante do cenário crítico. Já o setor têxtil brasileiro não sofreu negativamente com o conflito:

A Segunda Guerra Mundial exigiu muito das indústrias dos países envolvidos, que acabaram por restringir o uso de matéria-prima e dedicaram-se à produção militar. O Brasil tirou vantagem desta oportunidade aumentando sua exportação em 15 vezes e tornando-se neste período o segundo maior produtor têxtil mundial (Fujita e Jorente, 2015, p. 11).

Mas foi no período posterior à crise que a moda começou a ter novas perspectivas, nesse momento, além de avanços tecnológicos e científicos na sociedade capitalista no pós-guerra, a moda também veria um novo momento de avanço, com os lançamentos de novas coleções e tendências, como o nascimento do *New Look* de Christian Dior, o fortalecimento das casas de

alta-costura e o retorno das coleções com fartura de tecidos e materiais. Esse momento na história também foi relevante para o setor de casamento, com a volta dos soldados e militares às suas casas, muitos casais que não se casaram no pré-guerra se casariam no novo momento econômico que se firmava na sociedade (Office for National Statistics, 2015), além de dar início ao fenômeno social desse período conhecido como *baby boom*³. Assim, pode-se dizer que, conseqüentemente, o mercado de noivas foi crescendo e a modalidade sob medida também viria a fazer parte crucial desse nicho.

O avanço tecnológico, social e o crescimento da indústria têxtil pós-guerras, aceleraram o ciclo de tendências e popularizaram ferramentas como moldes prontos e revistas de costura. Inicialmente, esse movimento permitiu que as mulheres confeccionassem suas próprias roupas, democratizando o acesso à moda. Atualmente, essa diversificação se expandiu para múltiplos canais, como mencionado anteriormente, desde brechós e lojas de departamento ao *fast-fashion* online. Embora a ampla faixa de preços facilite o consumo em diferentes classes sociais, ela também implica variações na qualidade e na procedência dos produtos. Essa maior acessibilidade atingiu o mercado nupcial, tornando o vestido de noiva um item viável para as classes média e trabalhadora, o que impulsionou o surgimento de novos ateliês e boutiques adaptados a diversas realidades financeiras.

Uma das marcas de referência global no segmento nupcial, a Kleinfeld foi fundada em 1941, no Brooklyn, originalmente voltada à moda festa e artigos de pele. A transição para o mercado de noivas iniciou-se em 1968, resultando na especialização total do negócio em 1979. A expansão definitiva ocorreu em 2005, com a mudança para uma megaloja em Manhattan, que abriga mais de 1.500 modelos e uma equipe de 250 funcionários, alcançando a marca de 17 mil vestidos vendidos anualmente. O prestígio da marca foi consolidado a partir de 2006 com o *reality show Say Yes to the Dress*, cuja produção contínua há duas décadas ampliou sua influência cultural. A Kleinfeld também reforça seu posicionamento de luxo por meio de parcerias estratégicas com designers como Christian Siriano, a marca Pronovias e a franquia Disney (Kleinfeld, 2026).

O exemplo acima, mostra como a moda noiva foi ganhando mais relevância, não só entre as clientes, mas também na televisão e os gigantes da moda, é um caso de empresa de grande porte no setor de casamentos.

³ É uma expressão que define a explosão demográfica decorrente do aumento súbito do crescimento de uma população, ou seja, pelo grande número de nascimentos. Em geral, a expressão refere-se à esse fenômeno ocorrido nos primeiros anos posteriores à Segunda Guerra Mundial, entre 1946 e 1964.

Desde a mudança social do casamento de contrato político e econômico para o afetivo, foi criada uma nova atmosfera em torno dessa festividade que abrange diversas áreas do mercado, desde aluguel do local, móveis, decoração, buffets especializados, equipes de diversos campos artísticos, fotógrafos, músicos, artesãos e time de cerimonialista, até *stylists*, maquiadores e cabeleireiros, entre muitos outros. Em 2025, segundo a Abrafesta⁴ (2026), essa indústria movimentou cerca de R\$32 bilhões de reais no país, dado esse que parece aumentar as apostas desde o fim da pandemia da COVID-19 e a retomada dos eventos.

Dentre os muitos custos de um casamento, um dos mais chamativos e muitas vezes que toma um grande espaço no orçamento, é a escolha do look dos sonhos. O tão esperado e sonhado “vestido de noiva” parece ter roubado a cena quando o assunto é casamento, não só move um setor da indústria do vestuário, mas acaba se expandindo para o entretenimento, com programas de tv dedicados, como demonstrado pelo fenômeno da Kleinfeld anteriormente citado; ou os episódios dedicados às noivas, escolhendo seus modelitos como no popular *Casamento às cegas* (2020 - atual) da Netflix.

É de conhecimento comum que o casamento demanda um investimento financeiro fora do normal, mesmo para casais mais minimalistas, uma cerimônia civil no cartório pode custar em média de R\$1300,00 até R\$2000,00 (Cartório 8RCPN, 2026), valores que já extrapolam a realidade de muitos brasileiros, e esses valores exorbitantes quando se trata de casamento não é diferente no vestuário.

A diferença entre um vestido de noiva comum de produção em massa e um modelo feito em um ateliê de alto padrão vai além do tecido e da costura; situando o traje nupcial como um objeto de fetiche. Se antes do capitalismo era visto como um item místico ou uma herança familiar, hoje ele acumula novas funções. Na sociedade atual, tais propriedades são reconfiguradas: o vestido não apenas preserva seu caráter 'mágico', mas converte-se em um dispositivo de distinção de classe e poder aquisitivo. Mesmo que o mercado de noivas tenha se tornado mais acessível, a exclusividade de um modelo sob medida (com valores de oito mil, cinquenta mil reais ou mais) reafirma hierarquias de status, independentemente da peça ser classificada tecnicamente como alta-costura. Assim, o vestido de noiva moderno funciona como uma ferramenta de afirmação social, validando o prestígio da noiva durante a cerimônia.

3.1 A MÃO DE OBRA NO MERCADO DE NOIVAS BRASILEIRO

⁴ Abrafesta, Associação Brasileira de Eventos é uma entidade oficial do Brasil que reúne e representa empresas e profissionais do setor de festas, cerimônias e grandes eventos. Ela ajuda a organizar o mercado, criar regras de boa conduta e defender os direitos dos negócios da área.

O mercado de moda noivas é uma cadeia complexa que engloba diversos profissionais desde criação até a venda e logística, para o presente artigo serão considerados apenas os responsáveis pela confecção dos trajes de noiva sob medida.

Os ateliês de noiva (de acordo com a métrica do SEBRAE que categoriza o porte da empresa de acordo com o número de colaboradores) podem ser enquadrados como microempresas, quando conta com até 19 funcionários, e pequenas empresas, quando emprega de 20 até 99 funcionários. Não é comum no mercado brasileiro existir grandes marcas de noiva e festa, esse aspecto torna esse segmento ainda distante da automatização dos processos industriais, configurando-o como um trabalho bastante artesanal.

Segundo dados mostrados por Joana Contino (2025) em seu livro “A indústria da moda no capitalismo tardio”, pode-se observar a indústria do vestuário brasileira como uma pirâmide invertida. A base é composta pelo segmento de fibras e filamentos contida nas mãos de grandes empresas, majoritariamente estrangeiras, devido aos investimentos altos em novas tecnologias, característica da chamada “quarta Revolução Industrial do setor têxtil e de confecção”, fazendo 0,3% das empresas de grande porte no setor. O restante da cadeia é majoritariamente formado por pequenas e médias empresas.

Agora, quanto à mão de obra, nesse setor é mais comum a presença de postos de trabalho informal, segundo o mapeamento da cadeia de moda, divulgado pela Firjan (Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro) em 2016. A cadeia de moda apresenta uma relevante parcela de profissionais que não fornecem seu trabalho formalmente, ou seja, através de carteira de trabalho assinada. Ademais, de acordo com dados do Censo 2010, estima-se que 46,8% da participação nas etapas industriais da moda no Rio de Janeiro é de profissionais independentes, e nas ocupações de costureiras e bordadeiras, por exemplo, a informalidade é ainda maior, sendo 68,3% dos profissionais no estado.

Essa informalidade laboral provavelmente se apresenta devido à remuneração geralmente muito baixa no setor, não só no Brasil, mas em muitos outros países, e às condições precárias de trabalho, conforme veiculado na mídia em geral, além da ausência de movimento sindical e direitos garantidos. Segundo dados divulgados em 2022 pela UNOPS (Escritório das Nações Unidas de Serviços para Projetos), em parceria com a ONU Mulheres Brasil e o Ministério Público do Trabalho:

Apesar de ser uma das divisões da indústria de transformação que mais emprega no país, a confecção de artigos do vestuário e acessórios representa a divisão da CNAE que pior remunera trabalhadores e trabalhadoras, com uma média salarial mensal de R\$1.757,21[...] (Contino, 2025, p. 294).

A informalidade de trabalho se apresenta também no mercado de noivas, com algumas peculiaridades para essa ocorrência. Como discutido no início desta seção, os ateliês de noiva são definidos como micro e pequenas empresas, isso corrobora para a permanência dessa informalidade. No ângulo econômico, pequenas empresas podem ter dificuldades como falta de acesso a crédito e burocracias como obrigações fiscais e tributárias, além de precisarem manter uma boa gestão financeira que exige um conhecimento maior de muitos empreendedores. Fora isso, algo quase que obrigatório na atualidade, é a presença online. Os desafios para apenas manter a empresa implica também na força de trabalho que vai produzir o que ela vende. Muitos ateliês de noiva menores optam pela mão de obra informal, através do pagamento de diárias de serviço, seja para costureiras, bordadeiras e até modelistas. Em experiência de atuação no setor, observamos que o valor, no estado do Rio de Janeiro, costuma variar de R\$150,00 a R\$250,00, podendo ser pago após a prestação do serviço. Dessa forma, os empregadores conseguem ter a mão de obra para sua produção, de forma rápida, sem pagar os impostos e taxas de assinar a carteira de trabalho do funcionário. A modalidade acaba sendo atrativa para os trabalhadores também, visto que a remuneração formal média é de R\$1.757,21 mensais (RAIS⁵, 2020 *apud* Contino, 2025, p. 294), o que vale aproximadamente R\$58,57 por dia trabalhado. Assim, o profissional acaba montando sua escala de trabalho, não necessariamente sendo algo positivo, mas através do trabalho por diárias, é possível trabalhar em diversos ateliês por semana, consequentemente, fazendo *networking* com os demais profissionais da área. Entretanto, ao mesmo tempo, enfrentam todas as dificuldades de ser um trabalhador autônomo.

Na produção de um ateliê de noivas pequeno, considerando uma empresa de até 15 funcionários, temos diversos tipos de profissionais responsáveis por toda a produção. Alguns ateliês podem ser totalmente gerenciados pelo designer criador, mas também pode haver a equipe administrativa, para resolver parte financeira e burocracias, administrador financeiro, gerente de compra de materiais, responsável por RH e até contador e advogado, visto que esses estabelecimentos vendem um serviço que exige um investimento maior dos seus clientes.

A produção em um ateliê de noivas de pequeno porte exige uma coordenação técnica rigorosa, onde cada etapa do ciclo construtivo é conduzida por especialistas. O processo inicia-se com o designer, responsável pela interpretação dos desejos da cliente e criação do croqui. Em seguida, a modelista traduz o desenho e a ficha técnica para o plano bidimensional e tridimensional, desenvolvendo o *toile* (ou peça-piloto) em um tecido mais barato para validar o

⁵ Sigla para “Relação Anual de Informações Sociais”

caimento. Após o corte, realizado pelo modelista ou por um cortador específico, as costureiras assumem a montagem estrutural da peça. Caso o design exija enobrecimentos, como aplicações de rendas, pedrarias, bordados e flores, a bordadeira intervém em um trabalho meticuloso. Por fim, o ciclo se encerra com as acabadeiras e passadeiras, que executam o 'pente fino': desde a fixação de sistemas de recolhimento de cauda até a passadoria técnica, garantindo a apresentação impecável do vestido para a entrega. Toda essa produção é administrada por um chefe de produção e confecção, muitas vezes assistente direto do diretor criativo, será responsável por organizar o cronograma e auxiliará os profissionais de cada etapa. Ao longo do processo de confecção haverá de duas até quatro provas de vestibilidade com a cliente, essas provas podem ser feitas pelo designer, chefe de produção ou até a modelista. Alguns ateliês ainda podem ter a lavanderia especializada. Hoje já existem lavanderias focadas em noiva e festa, mas pode acontecer da produção ter um responsável interno que higieniza o vestido de forma manual.

Todo o processo descrito acima é um exemplo de empresas com equipes mais profissionalizadas e segmentadas, como a escolhida para o estudo de caso. Entretanto, há ateliês que operam com um até cinco profissionais, nesses casos, havendo acúmulo e até sobrecarga de função. São pessoas que precisam ter conhecimento específico de muitas, senão todas, as etapas da confecção, porém há os casos de empresas maiores, ateliês que possuem um time de costureiras, outro com bordadeiras, mais de uma modelista, havendo mais separação das funções.

4 O TRAJE DE NOIVA SOB MEDIDA COMO MODA DE LUXO BRASILEIRA?

Ao longo do artigo pôde-se perceber que o mercado sob medida se distancia da grande indústria da moda por manter um trabalho ainda bastante artesanal feito à mão, entretanto, nos últimos anos, com a implementação de inteligência artificial, esse processo acaba perdendo um pouco desse lado mais manual, e o profissional afetado diretamente por essa nova tecnologia são os designers e modelistas.

A etapa de desenvolvimento do croqui de um modelo sob medida é o ponto de partida para a idealização do vestido de noiva, contudo se difere do desenho de moda tradicional. Por se tratar de uma peça exclusiva, o designer deve se atentar aos desejos e exigências da noiva, o que em alguns casos pode limitar sua liberdade criativa.

No processo de cocriação, entre a noiva e o designer e depois entre o designer e a modelista, observa-se o surgimento de referências visuais geradas por Inteligência Artificial (IA) que, embora esteticamente sedutoras, apresentam desafios críticos à viabilidade técnica de

confeção. Essas imagens frequentemente operam em um vácuo de leis físicas, negligenciando o comportamento natural do caimento do tecido e os princípios da modelagem plana e tridimensional. Essa desconexão entre o digital e o material impõe à modelista uma tarefa de tradução impossível, resultando na quebra entre a expectativa da cliente e a realidade construtiva do vestuário, o que pode comprometer tanto a integridade estrutural da peça quanto a satisfação final no processo artesanal.

Talvez o debate sobre essa inserção tecnológica seja mais presente no futuro, mas ainda tem um caráter de relevância, se fazendo importante mencionar já que é um dos setores dentro da confecção que é bombardeado com novas tecnologias ao seu alcance.

Antes da invenção da máquina de costura, o ser humano fez suas roupas com os materiais à sua disposição: agulhas, linhas, fios e tecidos. Qualquer peça de vestuário era feita a partir de um trabalho manual, artesanal e, conseqüentemente, mais demorado que uma máquina. Tendo essas características é possível dizer que, até o surgimento da máquina de costura, as roupas eram construídas sob medida? Mesmo com pequenas lojas de peças e materiais têxteis, com a presença dos profissionais do ramo, costureiras, alfaiates, as vestes de uma pessoa precisariam passar por ajustes e consertos, para durar o máximo de tempo possível. Em séculos passados não era possível adquirir uma nova peça a cada semana ou a cada mês, as roupas eram preservadas ao máximo.

Após a revolução industrial em diante, seria cada vez mais fácil adquirir peças, em tamanhos variados, depois em novos materiais, novos estilos, tudo pronto para comprar, levar e usar. O conhecimento de costura e cuidado com as próprias roupas seria cada vez menos necessário para o indivíduo, afinal, agora tudo vem pronto, fabricado e, se tiver alguma avaria, pode ser descartado e uma nova peça ser adquirida novamente. Com a evolução industrial e social da moda, algumas coisas foram se perdendo, mas em meio a esse crescimento desenfreado que, segundo Lipovetsky (2009), era feito de forma rápida e aleatória, com a era da alta-costura, vêm uma orquestração da inovação. A alta-costura manteve os traços de uma moda feita devagar, manualmente, para a pessoa que irá vestir, sob medida, mas de uma maneira mais suntuosa.

De acordo com Lipovetsky (2009) a moda moderna se deu pela bifurcação de duas indústrias, com objetivos e métodos incomparáveis, a alta-costura, com modelos originais confeccionados sob medida, do outro lado a confecção industrial, com produção em massa, em série. A distinção entre elas se dá também pelas técnicas, por preços e os objetivos, assim como a sociedade, a moda também se divide em classes. O senso comum da moda, transmite a ideia de que a alta-costura precedeu a confecção industrial, quando na verdade, em 1820, na França,

assim como na Inglaterra, a produção em massa de roupas e mais baratas começa a crescer, se transformando a cada inovação, aperfeiçoamento de maquinário, maior divisão do trabalho, progresso na indústria química, novos tingimentos e fibras, configuração que permanece até hoje mas, em meio a essa evolução industrial da moda, entre 1857 e 1858 nasce a primeira casa da longa linhagem de *maisons* da alta-costura.

Charles Worth, conhecido como pai da alta-costura, fundou na *Rue de la Paix* em Paris, sua casa, anunciando novidades e confecção de vestidos e mantôs. De acordo com Lipovetsky (2009, p. 82) “a verdadeira originalidade de Worth, [...] reside em que, pela primeira vez, modelos inéditos, preparados com antecedência e mudados frequentemente, são apresentados em salões luxuosos aos clientes e executados após escolha, em suas medidas”. Segundo Angus, Baudis e Woodcock no livro *Dicionário de moda* (2015), as roupas de alta-costura, encomendadas por clientes são costuradas à mão, produzidas a partir de esboços ou tecidos drapeados, com base em um croqui original e nunca são produzidas em massa. Para que todo esse conceito permaneça exclusivo de Paris, a Câmara Sindical da Costura Parisiense, criada em 1868, trouxe diversos regulamentos, referentes não só à criação, fabricação e apresentação, mas também de localização e funcionamento das marcas, mantendo um legado único e exclusivo francês, em que as casas devem manter à rigor.

Ao contrário da produção em série, o método criado por Worth e, posteriormente, a implementação dessas regras para com a exclusividade e reprodução, as tendências de moda ainda não surgiriam de forma desenfreada, foi implementado estações e períodos para apresentar novidades, depois vinham as licenças para comercializar em outros lugares, com ajustes de conceito, em lojas mais acessíveis. O nascimento e crescimento da alta-costura, junto do desenvolvimento da produção industrial, foi capaz de disciplinar a moda. Assim, o que é apresentado em Paris ainda rege o que, posteriormente, será comercializado nas lojas de departamento e nos ateliês de noiva.

A roupa sob medida, como mostrado anteriormente, é uma tradição antiga em torno do casamento, entretanto, na sociedade contemporânea, agora não é preciso mais ser da alta nobreza para encomendar o vestido de noiva dos sonhos. Essa modalidade é possível para as classes média e média alta, se olhar pelo recorte de classe; para além disso, vale ressaltar também o recorte de gênero que esse mercado carrega, ainda bastante cisnormativo⁶ e heteronormativo onde seu foco de cliente é o público feminino e a união heterossexual. A análise a seguir também pretende entender as características que fazem essa vestimenta ser uma,

⁶ Cisnormativo refere-se à suposição ou expectativa social de que todas as pessoas são cisgêneros, ou seja, que a identidade de gênero corresponde ao sexo atribuído no nascimento.

se não a peça mais cara a ser comprada na vida de uma mulher e como a possibilidade de ter um vestido sob medida, mesmo que mais democratizada, é uma modalidade de luxo no mercado de casamento e de moda brasileiro.

Casar envolve um investimento alto, mesmo a festa mais simples já exige gastos fora do comum. Por ser uma indústria que mexe diretamente com sonhos e desejos das pessoas, é aí que ela tem a oportunidade de obter mais lucros, e não seria diferente no caso da moda. O relatório divulgado em 2024 da *Global Bridal Wear Market Industry*, estimou que o mercado de moda nupcial, num todo, poderá movimentar até USD 83,5 bilhões de dólares, cerca de R\$450 bilhões de reais até 2030.

O rigor do processo sob medida é o que ancora o traje de noiva no universo do luxo. Essa jornada, que percorre desde o refinamento do croqui e os ajustes no *toile* até a complexa execução da costura e dos bordados manuais, exige uma precisão técnica que a indústria de massa não consegue replicar. É justamente essa estrutura operacional minuciosa, presente tanto em *maisons* internacionais quanto em ateliês brasileiros de excelência, que confere à peça sua singularidade técnica. Ao garantir um acabamento impecável em cada etapa, do corte à passadoria final, o ateliê nacional entrega um produto que se equipara tecnicamente aos padrões da alta-costura, justificando seu posicionamento como um artigo de alto valor agregado.

A partir da análise desenvolvida neste estudo e da observação da dinâmica de um ateliê especializado em moda noiva no Brasil, é possível identificar aproximações entre sua organização produtiva e aquela descrita para as *maisons* de alta-costura francesas. Embora inseridos em contextos históricos, econômicos e regulatórios distintos, ambos os modelos compartilham características como a produção artesanal, a execução de peças sob medida, a divisão de tarefas por especialização e a valorização do domínio técnico. Nesse sentido, a principal distinção não parece residir necessariamente nos processos de confecção em si, mas na construção histórica de valor simbólico atribuída à alta-costura francesa. O reconhecimento internacional das *maisons* contribui para consolidar um prestígio que influencia a percepção de qualidade e a precificação de suas criações, enquanto ateliês brasileiros de excelência ainda enfrentam desafios para alcançar reconhecimento equivalente, apesar da elevada qualidade técnica de sua produção.

5 ESTUDO DE CASO: BELINA ATELIÊ

Para legitimar alguns questionamentos realizados neste artigo, foi percebida uma necessidade de estudo e pesquisa dentro desse mercado.

O ateliê Belina nasceu em 2018, idealizado por duas amigas e sócias, Gabriella Moura e Leidi Taveira. Há quase uma década realizam o sonho do vestido perfeito de diversas mulheres, o ateliê trabalha oferecendo serviços de peças sob medida exclusivas, coleções *prêt-à-porter* e aluguel, adotado recentemente.

A Belina se posiciona no mercado de moda noiva como impulsionadora do empreendedorismo feminino e reivindica uma noiva moderna e desvinculada de padrões. O ateliê atende a um público diverso de mulheres e acolhe todos os estilos, desde a noiva mais princesa até a noiva mais “descolada”.

A pesquisa foi realizada por meio de um questionário com quatro perguntas relacionadas à especialidade de cada uma das proprietárias do ateliê, seguindo de questões gerais sobre os processos e a estrutura da Belina, levando em consideração os temas abordados ao longo do artigo.

Começando com a direção criativa, conduzida por Gabriella Moura, responsável pelo design das coleções e os modelos sob medida, o estudo investigou primeiramente o impacto das novas tecnologias no processo de criação relacionado ao uso da Inteligência Artificial e como as referências apresentadas pelas clientes afetam seu processo criativo. Gabriella explicou que o seu papel é mostrar de maneira prática, vestindo as clientes com várias partes dos vestidos, para que ela consiga visualizar de forma clara. Ela menciona o risco de desconexão entre o digital e o material, principalmente em relação à individualidade e biótipo de cada cliente, sendo necessário ter um bom conhecimento técnico em relação à modelagem de roupa e composição de *look*, para que ela consiga criar algo que favoreça a noiva. Em continuidade à análise mercadológica, sobre o uso constante das redes sociais e como a competitividade de mercado interfere no seu lado criativo, ela enfatizou que a exigência por constância no Instagram, transforma a comunicação em um canal demandante, principalmente para impulsionar o crescimento da Belina. Sob a ótica da concorrência, a sócia criativa alertou para a ação do algoritmo, o qual, nas suas palavras, atua “pasteurizando as referências que serão consumidas não só pelas noivas, mas também pelos designers de outros ateliês”, o que pode causar uma perda de identidade e originalidade no desenvolvimento de peças. No que diz respeito às modalidades de consumo, observou-se uma divisão equilibrada entre o *prêt-à-porter* e o sob medida, a diretora criativa explica que depende muito de cada noiva, por isso a Belina oferece as duas modalidades, há noivas que procuram diretamente o sob medida em busca do vestido perfeito dos sonhos, mas há a parcela de clientes que preza por praticidade, optando pelos modelos prontos. Há também o fator financeiro que afeta a escolha final da noiva, já que o investimento nas peças prontas é mais acessível. Porém, Gabriella frisa que independente da

modalidade escolhida, a Belina entrega o mesmo atendimento de excelência e qualidade para as clientes, a principal diferença é a flexibilidade e possibilidades de customização da peça, já que o *prêt-à-porter* tem um limite de alterações.

Questionada sobre o interesse das noivas ainda buscarem o vestido feito sob medida, a estilista acredita que vem da expectativa e da busca de viver um sonho com as possibilidades quase infinitas que o sob medida pode entregar, além da busca pela exclusividade. Mas há também o movimento crescente de noivas que não optam por ficar com seus vestidos sob medida e preferem deixá-los disponíveis para aluguel.

Sob a perspectiva da gestão econômica e produtiva, conduzida por Leidi Taveira, os dados obtidos alinham-se às discussões sobre os desafios das microempresas. Ao longo do desenvolvimento da Belina, houve vários desafios, Leidi relatou que o principal obstáculo foi a estruturação de um modelo de negócio financeiramente sustentável para um segmento altamente personalizado e, quando comparado a uma operação industrial de grande escala, a Belina exige equilíbrio entre excelência, prazo e rentabilidade. Ela também cita outro grande desafio vivido durante a pandemia da COVID-19, um período em que muitas empresas fecharam, mas elas arriscaram investir na expansão da Belina nesse período e conseguiram expandir durante um período de recessão, sendo possível através de uma boa gestão de caixa, financeira e estratégica. Nas palavras dela: “quando falamos de criação, existe uma tendência de priorizar o produto final, mas quanto mais a gente vai crescendo vemos o quão indispensável é investir e desenvolver uma gestão mais estratégica com controle financeiro mais apurado e ter uma organização operacional bem alinhada.”

Ainda sobre a categorização da Belina como microempresa e resgatando os problemas mencionados na seção três do artigo, a Belina enfrenta os desafios habituais de empresas menores, estrutura de tributos, crédito, operação, limitação de escala produtiva. Mas, no segmento de noivas, o crescimento não é visto somente pelo aumento de vendas, mas também na capacidade produtiva e constante manutenção e aprimoramento dos processos. A empreendedora explica que por esses fatores não há margem para erros, sejam produtivos ou econômicos. Aqui entra também a questão do trabalho minucioso, a Belina precisa equilibrar seu posicionamento e competitividade frente ao mercado, tornando mais complexo precificar corretamente, colocando um valor que o cliente entenda que nele está agregado à primoriedade técnica da mão de obra da empresa. Sobre a busca pelos serviços da Belina, o sob medida é mais procurado, não só pela exclusividade de atendimento e personalização da peça, mas toda a divulgação do ateliê é mais focada nessa modalidade; o *prêt-à-porter* entra como alternativa complementar do negócio. Questionada sobre a divisão do trabalho, a administradora

esclareceu que a Belina centraliza internamente as etapas cruciais de desenvolvimento, modelagem, corte e costura, recorrendo a profissionais externos apenas para especialidades como plissados, tingimentos e bordados complexos. A Belina também tem o apoio operacional administrativo financeiro feito externamente, com uma consultoria. De acordo com a sócia administrativa, tendo esse formato bem alinhado com profissionais externos, com boa dinâmica organizacional e fluída, a empresa não vê necessidade de internalizar todos os processos, mas garantir a consistência e excelência na entrega e ter uma operação financeiramente saudável.

O restante do questionário pretende entender a estrutura organizacional da Belina e como seus processos são dispostos. A Belina trabalha com as linhas sob medida exclusivo e com as coleções *prêt-à-porter*. Todas as modalidades podem ser atendidas pelo aluguel: no sob medida é chamado de primeira locação e nos modelos prontos, de locação, sendo geralmente mais acessíveis que a modalidade de compra. Em relação à mão de obra qualificada, atualmente, um dos maiores desafios é encontrar profissionais tecnicamente qualificados para atuar em processos artesanais e de alta complexidade, especialmente em áreas como modelagem, costura especializada e acabamento manual. São funções que exigem não apenas conhecimento técnico, mas também olhar estético e atenção aos detalhes. A organização operacional exige uma gestão bastante estratégica, porque a Belina trabalha com prazos personalizados e vários projetos ao mesmo tempo. Assim, administrar produtividade sem comprometer qualidade é um dos maiores desafios da operação. Quanto à capacidade produtiva do ateliê, a Belina preza pelo crescimento com responsabilidade, com o objetivo de expandir de forma gradual, consolidando processos internos e fortalecendo a equipe antes de ampliar significativamente a operação.

Trazendo os questionamentos do artigo sobre as aproximações entre os processos da alta-costura e a moda de luxo no Brasil, a Belina acredita que é preciso coerência estratégica na hora de precificar. O valor de um vestido é construído considerando complexidade do projeto, horas produtivas, materiais utilizados, acabamentos, processos manuais e nível de personalização. Existe, portanto, uma lógica estruturada de precificação, ainda que o produto tenha características autorais e artesanais. Diferente da ideia tradicional de alta-costura, associada à quase uma ausência de limites financeiros, há uma busca de equilíbrio entre valor percebido, posicionamento de marca e viabilidade econômica, tanto para a cliente quanto para a sustentabilidade da empresa. Quando se fala de precificação, todas as etapas do processo interferem no valor final, cada vestido possui características próprias que influenciam diretamente no seu custo. A complexidade da modelagem, o tempo de desenvolvimento, os acabamentos manuais, a quantidade de provas, os detalhes artesanais e a personalização impactam significativamente no processo produtivo, além disso, tecidos nobres, aplicações

específicas e acabamentos mais refinados elevam o custo operacional e exigem mão de obra mais especializada. Existe uma estrutura de precificação baseada em critérios técnicos e estratégicos, sem padronização rígida, justamente porque o ateliê opera confeccionando produtos altamente personalizados, cada projeto é analisado individualmente. Ao longo do crescimento da empresa, foi necessário desenvolver processos mais estruturados de gestão financeira e formação de preço, para garantir sustentabilidade operacional e maior previsibilidade econômica.

Questionadas sobre o futuro da empresa, o sob medida permanece como o principal posicionamento estratégico da Belina, porque representa de forma mais completa os valores da marca como a personalização e a experiência. Outras modalidades podem coexistir de maneira complementar, desde que estejam alinhadas ao padrão de qualidade e ao posicionamento da empresa. O diferencial da Belina está na combinação entre experiência personalizada, gestão estruturada e excelência artesanal, além do cuidado com processos internos e planejamento produtivo, algo essencial em um segmento que normalmente opera de maneira muito informal. A empresa acredita que profissionalização, clareza nos processos e consistência na entrega são fatores fundamentais para consolidar uma marca no mercado sob medida.

Sobre a construção de relações no segmento para além da noiva, o mercado de casamentos funciona de forma bastante integrada e colaborativa. Assim, a Belina mantém relacionamento constante com diversos profissionais do setor, entre eles estão os cerimonialistas, fotógrafos e maquiadores. Essas conexões contribuem diretamente para a experiência da cliente e no fortalecimento da marca dentro do mercado.

Conclui-se o questionário, com tópicos relacionados às problemáticas da indústria da moda, questões sociais e fatores externos que afetam economicamente segmentos de mercado. Ao longo do artigo, foram apresentados alguns acontecimentos na história em que a indústria e o mercado de moda foram diretamente afetados, como por exemplo, a Segunda Guerra Mundial. Recentemente, temos observado que conflitos internacionais e bloqueio de rotas de exportação podem influenciar na encomenda e frete de insumos para as empresas, impacto percebido na Belina, principalmente no aumento do custo de fretes, atraso na entrega de materiais e maior dificuldade na reposição de alguns insumos importados, como tecidos e aviamentos específicos. Isso tem exigido um planejamento a mais dentro das previsões e um aumento de investimento em estoque para assegurar os projetos.

Já em relação às crises cíclicas do capitalismo, as bases produtivas são as primeiras a sentir o impacto, assim, a mão de obra específica para o segmento pode se tornar mais escassa. Desde a volta dos eventos pós-pandemia e a retomada dos eventos no mercado de casamento,

a empresa não sentiu esse impacto, já que a estrutura da Belina antes da pandemia era mais enxuta, operando de forma organizada em relação à sua capacidade produtiva.

O capitalismo tardio constituiu uma industrialização generalizada universal, mecanização, padronização, superespecialização e fragmentação do trabalho. Esses aspectos são evidentes na grande indústria da moda, contudo, no segmento em que a Belina atua, manifestam-se predominantemente a superespecialização e a fragmentação do trabalho. Mesmo atuando no segmento sob medida, que preserva características artesanais e personalizadas, existe uma divisão técnica das etapas de produção, como modelagem, corte, costura, acabamento e atendimento. Isso acontece tanto por questões de eficiência quanto pela complexidade envolvida na execução das peças, além, claro, pela demanda de produção que a Belina possui, seria impossível operar com um número menor ainda de profissionais.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir dos temas explorados neste artigo é possível identificar que o ateliê Belina apresenta características organizacionais e produtivas que se aproximam de aspectos descritos na literatura sobre a alta-costura, especialmente no que se refere ao desenvolvimento de peças sob medida, à especialização das etapas de produção e à valorização do trabalho artesanal. Entretanto, tais aproximações não permitem estabelecer uma equivalência técnica entre os ateliês brasileiros de moda noiva e as *maisons* de alta-costura, uma vez que esta pesquisa se concentrou na análise de um único estudo de caso. Ainda assim, nossas análises evidenciam que a produção de vestidos de noiva envolve processos complexos, mão de obra especializada e elevado investimento técnico, elementos que contribuem para sua inserção no segmento do luxo. Por outro lado, a pesquisa também aponta tensões inerentes a esse mercado, nas quais o alto valor agregado do produto final convive com desafios relacionados ao reconhecimento e à valorização do trabalho artesanal, aspecto que merece aprofundamento em estudos futuros.

Apesar do segmento noiva se manter um setor ainda bastante manual, a modernidade e a tecnologia já vêm se inserindo nesse nicho de mercado. Como exemplo podemos citar o uso da IA trazendo o risco da "desconexão com a realidade física" visto que nem sempre a IA leva em consideração os aspectos de modelagem, materiais e materialização em geral do vestido. Isso se apresenta como mais um novo desafio para modelistas e designers, exigindo que o profissional do sob medida seja, cada vez mais, um "tradutor" entre o desejo digital e a viabilidade material.

O traje da noiva sob medida no Brasil persiste como uma forma de resistência artesanal em meio à contínua aceleração do *fast-fashion* e evolução tecnológica com a IA, escassez de

mão de obra qualificada e custos inflacionados por crises globais. Mais do que uma vestimenta, ele permanece como o ponto de encontro entre a tradição histórica da costura manual e as novas dinâmicas de consumo de luxo e espetáculo da sociedade contemporânea.

Em última análise, o questionário desenvolvido para as gestoras do ateliê Belina, situado no Rio de Janeiro, corrobora os questionamentos que levantamos sobre mercado, mão de obra e processos produtivos dentro do segmento. Ao articular a sensibilidade do design autoral à rigidez de uma gestão estratégica, a realidade dessas profissionais demonstra que a exclusividade e o luxo nacional, dependem necessariamente da excelência da sua força de trabalho. Além disso, a partir das observações deste estudo de caso, é possível observar que a permanência do sob medida nesse segmento está relacionada ao valor atribuído à exclusividade e à experiência de construção de uma peça singular, aspectos que contribuem para a dimensão simbólica do vestido de noiva.

REFERÊNCIAS

- A MODISTA DO DESTERRO. **A verdadeira história dos vestidos de noiva**. Disponível em:
<https://www.youtube.com/watch?v=aGk8i19i3DU&list=PLBLosul84VDPPhc2gkYUpdFxr4WtrJZgv7&index=72>. Acesso em: 13 nov. 2025.
- ANGUS, Emily; BAUDIS, Macushla; WOODCOCK, Phillippa. **Dicionário de Moda**. 3. ed. São Paulo: Publifolha, 2015.
- BATISTA, Juliana Marchiote. Qual é a origem do casamento?. **Jusbrasil**, 2021. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/artigos/qual-e-a-origem-do-casamento/1170459855>. Acesso em: 25 abr. 2026.
- CAMPOS, Ana Cristina. Indústria de alimentos é a que mais emprega no Brasil, diz IBGE: outros setores foram confecção e fabricação de produtos de metal. **Agência Brasil**. Rio de Janeiro, n.p.. jun. 2024. Disponível em:
<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2024-06/industria-de-alimentos-e-que-mais-emprega-no-brasil-constata-o-ibge#:~:text=O%20setor%20com%20o%20maior,na%20ind%C3%BAstria%20nacional%20em%202022>. Acesso em: 26 abr. 2026.
- CATE DOTY. Literary Hub. **A Brief History of the New York Times Wedding Announcements**: cate doty on the evolution of a society mainstay. Cate Doty on the Evolution of a Society Mainstay. 2021. Disponível em: <https://lithub.com/a-brief-history-of-the-new-york-times-wedding-announcements/>. Acesso em: 28 jul. 2026.
- COL, Dalvana de. **Ateliê sob medida**: manual com técnicas artesanais de costuras e acabamentos para vestidos de moda festa. 2025. Dissertação (Curso de Moda) - Udesc, 2023. Disponível em: <https://repositorio.udesc.br/handle/UDESC/18019>. Acesso em: 03 maio 2026.
- CONTINO, Joana. **A indústria da moda no capitalismo tardio**: design, ideologia e relações de trabalho. Rio de Janeiro: Rio Books, 2025.
- EQUIPE SER MELHOR. **O surgimento do casamento por amor**. Disponível em:
<https://www.sermelhor.com.br/amor/o-surgimento-do-casamento-por-amor.html>. Acesso em: 29 dez. 2025.
- FUJITA, Renata Mayumi Lopes; JORENTE, Maria José. A indústria têxtil no Brasil: uma perspectiva histórica e cultural. **Modapalavra E-Periódico**, [S.L.], v. 8, n. 15, p. 153-174, 1 jan. 2015. Universidade do Estado de Santa Catarina.
<http://dx.doi.org/10.5965/1982615x08152015153>. Disponível em:
<https://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/5893>. Acesso em: 26 abr. 2026.
- GRAND VIEW RESEARCH. **Wedding Wear Market (2025 - 2030)**. Disponível em:
<https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/wedding-wear-market>. Acesso em: 21 abr. 2026.

JORGE FORBES. Instituto de Psicanálise Lacaniana. **Jorge Forbes entrevista Luc Ferry**. 2014. Disponível em: <https://ipla.com.br/conteudos/artigos/jorge-forbes-entrevista-luc-ferry/>. Acesso em: 21 abr. 2026.

KLEINFELD (Nova Iorque). **The History of Kleinfeld Bridal**. Disponível em: <https://www.kleinfeldbridal.com/the-history-of-kleinfeld/>. Acesso em: 01 maio 2026.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. 10. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

MINA LE. **the “perfect” wedding dress is a myth**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=eQtOWxpR4TE>. Acesso em: 15 nov. 2025.

NATURE HISTORY HERITAGE. Medieval Histories. **Royal Golden Dress from ca. 1400 returns to Denmark**. 2021. Disponível em: <https://www.medieval.eu/royal-golden-dress-from-ca-1400-returns-to-denmark/>. Acesso em: 25 abr. 2026.

OFFICE FOR NATIONAL STATISTICS (Reino Unido). **Victory in Europe Day: How World War II changed the UK**. 2015. Disponível em: <https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/birthsdeathsandmarriages/articles/victoryineuropedayhowworldwariichangedtheuk/2015-05-08>. Acesso em: 28 jul. 2026.

PRESSWORKS (São Paulo). Pequenas Empresas e Grandes Negócios. **Mercado de casamentos no Brasil em 2025: R\$ 32 bilhões em oportunidades para empreendedores**. 2026. Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/conteudo-de-marca/pressworks/noticia/2026/01/mercado-de-casamentos-no-brasil-em-2025-r-32-bilhoes-em-oportunidades-para-empresendedores-1.ghtml>. Acesso em: 21 abr. 2026.

RIO DE JANEIRO. OITAVO REGISTRO CIVIL DAS PESSOAS NATURAIS E TABELIONATO DA COMARCA DA CAPITAL DO RIO DE JANEIRO. **Casamentos**. Disponível em: <https://www.8rcpn.com.br/casamentos>. Acesso em: 25 abr. 2026.

SUMMER BRENNAN. Jstor Daily. **A Natural History of the Wedding Dress: the history of the wedding dress is shorter than the history of weddings, and even shorter still than the history of marriage..** The history of the wedding dress is shorter than the history of weddings, and even shorter still than the history of marriage. 2017. Disponível em: <https://daily.jstor.org/a-natural-history-of-the-wedding-dress/>. Acesso em: 25 abr. 2026.

ZOI, Arvanitidou; MARIA, Gasouka. The Traditional Evolution of Style and Especially of Color of Bridal Dresses in Different Cultures during the Centuries. **Journal Of Educational And Social Research**, [S.L.], v. 4, n. 4, p. 264-269, 1 jun. 2014. Richtmann Publishing. <http://dx.doi.org/10.5901/jesr.2014.v4n4p264>. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/272710040_The_Traditional_Evolution_of_Style_and_Especially_of_Color_of_Bridal_Dresses_in_Different_Cultures_during_the_Centuries. Acesso em: 29 dez. 2025.

APÊNDICE

Questionário desenvolvido:

Perguntas desenvolvidas para Gabriella Moura (design):

1. Como as noivas trazendo referências geradas a partir de Inteligência Artificial afeta seu trabalho?
2. Como o momento atual das redes sociais, excesso de informações, novas tecnologias, o “cronicamente online” e a competitividade com outras empresas, afetam seu processo criativo?
3. As clientes inicialmente buscam as peças de prêt à porter, ou tem preferência por sob medida? A diferença de preço interfere na escolha delas?
4. Na sua opinião, o que hoje ainda faz uma noiva buscar um vestido sob medida para uma única ocasião? Essas noivas tendem a ficar com o vestido?

Perguntas desenvolvidas para Leidi Taveira (administrativo):

5. Quais foram os principais desafios econômicos ao longo do crescimento da Belina?
6. Ainda existem muitos desafios, por ser categorizada como microempresa?
7. Qual a porcentagem de clientes que procuram o sob medida, em relação às peças prêt à porter?
8. Todo o trabalho é realizado no ateliê ou há terceirizações? Planejam um dia ter todos os processos produtivos da Belina sendo executados internamente?

Perguntas sobre estrutura e processos na Belina:

9. Quais modalidades de venda o ateliê possui? É possível alugar, como funciona esse processo?
10. Quais profissionais são mais escassos, mais valorizados, qual área produtiva é mais difícil de administrar? Por que?
11. Em relação a capacidade produtiva do ateliê, vocês pensam ou desejam em um número ideal para compor a equipe Belina?
12. O artigo, pretende questionar a moda de luxo como processo produtivo da alta-costura, visto que a alta-costura não há limites de custo e precificação, há uma média ou limite na Belina?

13. Considerando todas as etapas do processo, os materiais, acabamentos para todas as modalidades de venda na Belina, como esses aspectos interferem no valor final do vestido?
14. Existe uma padronização na precificação dos looks produzidos na Belina?
15. Pensam em, futuramente, focar apenas no sob medida ou expandir mais modalidades de venda e aluguel?
16. Qual ou quais características são o diferencial da Belina?
17. Além da noiva, há relação com outros profissionais no mercado de casamento? Quais?
18. Qual o público alvo da Belina e qual público vocês pretendem atingir com o crescimento da empresa?
19. Quais os principais desafios e que medidas a empresa adota para se firmar no mercado sob medida?

Questionamentos sobre o futuro do mercado de noivas:

20. Ao longo do artigo, foram apresentados alguns acontecimentos na história em que a indústria e o mercado de moda foram diretamente afetados, como exemplo a Segunda Guerra Mundial. Recentemente com os conflitos internacionais, bloqueio de rotas de exportação, vocês perceberam algum desafio inicial para a empresa, como frete dos materiais, dificuldade para encomendar algum insumo?
21. Devido às crises cíclicas do capitalismo, as bases produtivas são as primeiras a sentir o impacto, desde a volta dos eventos pós-pandemia, vocês perceberam piora na dificuldade para encontrar mão de obra qualificada?
22. De acordo com o economista Ernest Mandel, o capitalismo tardio constituiu uma industrialização generalizada universal. Mecanização, padronização, super especialização e fragmentação do trabalho. Para vocês o processo produtivo no setor de noivas, ou até mesmo dentro da Belina, já apresenta alguma dessas características?