

INDUSTRIALIZAÇÃO E COSTURA PARTICULAR: O PAPEL DAS COSTUREIRAS NA ATUALIDADE.

INDUSTRIALIZATION AND FASHION SPECIAL: THE ROLE OF CUSTOM CLOTHIERS NOWADAYS.

Rodrigues, Luciana dos Santos; Bacharel; Universidade Federal do Ceará
estiloce@yahoo.com.br¹

Mendes, Francisca R. N.; Dra; Universidade Federal do Ceará
nogueiramendes@hotmail.com²

RESUMO:

Este artigo tem como objetivo trazer à tona a discussão da importância da costureira particular atualmente na cidade de Fortaleza-CE, em contrapartida à industrialização e a massificação da indústria do vestuário.

Palavras-chave: moda, costura particular, industrialização da confecção de vestuário.

ABSTRACT:

This article aims at bringing up the discussion of the importance of the work done by nowadays in the city of Fortaleza, in contrast to the industrialization and mass production of the clothing industry.

Keywords: fashion, custom clothiers, clothing industry.

A moda em sua síntese é uma das formas de acentuação de poder, pois dentre tantas formas de representações e simbologia é a roupa, devido ao seu elevado rendimento simbólico, que consegue com maior acerto representar as relações simbólicas de poder e status, impondo sua postura de valor na sociedade.

¹ Graduada em Estilismo e Moda pela Universidade Federal do Ceará. E-mail: estiloce@yahoo.com.br

² Profa Adjunta do Curso de Design de Moda da Universidade Federal do Ceará, orientadora desse artigo.

As costureiras na cidade de Fortaleza, atualmente, representam a importância da moda como sistema dos valores sócio-culturais moderno, que indo de encontro à industrialização crescente da indústria da confecção e do consumo de massa, continuam recebendo encomendas da mesma forma ou até mesmo em volume maior do que o recebido há dez anos.

Breve contexto histórico

Entre os séculos XVII e XIX a sociedade moderna passa por uma transformação. A economia de subsistência metamorfoseia-se em economia de relativa abundância. Para Calanca (2008) o consumo, resultado da crescente industrialização e do surgimento de novos valores sociais, estabelece um elo entre o homem e suas relações com o mundo, não podendo ser somente entendido como uma atitude frívola ou do ponto de vista unicamente econômico. Ele estabelece à sociedade uma conexão da subjetividade humana com exterior. O indivíduo passa a externar seus sentimentos, suas convicções através da troca simbólica representada pelo consumo.

Com o triunfo da Revolução Industrial, o sistema capitalista é consolidado. A indústria têxtil assume então papel importante na configuração da roupa como um dos bens mais carregados de significação social. Com o aumento da produção ocasionado por esta Revolução, inicia-se uma cadeia que estabelece a união entre o setor industrial, alfaiates e comerciantes. Com capacidade de produção em série e valor simbólico agregado ao vestuário, a indústria encontra no sistema de moda sua grande ferramenta de venda.

Por conseguinte, inúmeros progressos tecnológicos foram realizados. Em um período de duzentos anos, a moda passa de fenômeno sociocultural da elite para fenômeno de massa. O prêt-à-porter surge com a proposta de unir o ideal estético de moda da Alta Costura, que até dado momento reinava, à produção em série com preços acessíveis relativos à produção industrial inspirando-se nas tendências de moda, reforçando a massificação ao estetizar e instituir status à produção industrial de artigos de moda. Conforme Calanca (2008) o prêt-a-porter, massifica a grife, contudo, o mesmo não surge somente com o aspecto de tornar popular algo tão intrínseco à elite, nele são refletidos

os anseios de uma sociedade jovem, ávida por fenômenos característicos do mundo pós- moderno: o hedonismo e o individualismo.

Como término da Segunda Guerra Mundial, a cultura hedonista é refletida na sociedade, transmitindo a vontade de viver o presente com maior intensidade, exaltada pela novidade e pelo consumo pautado nos ideais individualistas, como aponta Lipovetsky (2005).

“O individualismo disciplinar e militante, heróico e moralizador, foi substituído por um individualismo a La carte, hedonista e psicológico, fazendo da realização íntima a principal finalidade das existências.”
(Lipovetsky, 2005:190)

Diante desta insaciedade, a sociedade nos expõe a vida como um grande espetáculo. O comum já não é o bastante para prender nossa atenção. Guy Debord (1997) analisa a forma como nos é apresentado este espetáculo: é necessária uma pitada de mágica, de encanto, de glamour.

Neste jogo proposto pela contemporaneidade, a moda encontra terreno fértil para a constituição de seus valores perante a sociedade. As vitrines não expõem apenas os produtos a serem consumidos, exhibe um estilo de vida, um padrão a ser seguido. A vitrine busca transparecer todas as qualidades, revela os detalhes do produto, envolvendo-o num cenário, misturando realidade e fantasia. Brilhantes, coloridas, com manequins (modelos de consumo) na qual muitas vezes parecem dialogar conosco, convidado para a experimentação do novo.

Baseado na constituição destes valores, as costureiras particulares assumem a sua importância na configuração de uma sociedade cada vez mais personalizada, pois, através da produção de peças “exclusivas”, elas projetam (materializam) nas roupas característica cada vez mais explorada na sociedade contemporânea, como a personalização e a exclusividade do indivíduo perante outros participantes sociais.

A costura

A relação da mulher e a confecção de roupas são antigas. Desde o final do século XVIII, a mulher tinha papel bastante importante na construção de sua vestimenta. Foram elas as responsáveis pela circulação de novos objetos e da nova significação da moda na sociedade.

Como não havia ainda a presença do estilista, a figura feminina aprendia a costurar desde cedo para confeccionar suas roupas e até mesmo seu enxoval de casamento. De acordo com Hollander (1996) elas copiavam os modelos das revistas ou então de outras mulheres e faziam pequenas modificações, comprando tecidos e adereços necessários para “enfeitar” as peças.

Em Fortaleza não era diferente, devido à grande influência europeia nos costumes da sociedade brasileira na primeira metade do século XX, as mulheres da alta sociedade viajavam para a Europa, em especial para a França para comprar peças e revistas como referência de modelos. Pontes (2003) afirma que muitas costureiras compravam revistas francesas e nacionais como *L'oficiel* e *O Cruzeiro* respectivamente, para elaborar peças semelhantes a das mulheres europeias.

Desde o início do século passado, as costureiras possuem grande prestígio na cidade. Ter uma costureira particular significava o poder da família. Dentre as costureiras, podemos citar o nome de Dona Edméia Mendes, considerada grande dama da alta costura foi responsável pelos trajes da elite local. Como Lopes (1997) afirma, “D.Edméia vestiu três gerações da sociedade de Fortaleza e orgulhava-se de ter atingido todos os segredos da moda.”. Outros nomes como os de Antonieta, Dulcinéia Damasceno, Raimundinha Arruda, Carmelita Guedes também colaboraram para a constituição de uma cidade tão ligada à moda.

Com o crescimento populacional e o surgimento de grandes centros comerciais, a sociedade local deparou-se com uma nova forma de consumo. O prêt-à-porter proporcionou o caráter massivo à produção do vestuário,

transferindo sua confecção das casas de costura para as fábricas. Porém este fato não significou a obsolescência das costureiras domiciliares que continuam possuindo papel importante nos locais onde residem devido às vantagens de adquirir roupas por meio destas, como exclusividade, tratamento informal, vínculo de amizade formada, confecção de roupa sob medida e pagamento facilitado.

Para obtenção dos dados aqui apresentados, foram realizadas pesquisas entre os meses de outubro e novembro de 2009. As costureiras entrevistadas possuem idade entre 40 e 55 anos, são residentes de bairros populares de Fortaleza e carregam (exercem) esta função a mais de dez anos.

Apesar da democratização e uma maior acessibilidade aos produtos oferecidos, o ser humano busca exclusividade como demonstração de status a fim de garantir a diferenciação entre as classes. Todas as entrevistadas apontaram este item como um dos fatores determinantes pela continuidade da procura deste serviço, visto que suas clientes prezam pelo caráter distintivo que a moda possui.

“Porque o que vale na costura é fazer o que a pessoa quer. Tem gente que vai lá (lojas de departamento) e não gosta. O importante é fazer sempre da maneira que agrada ao cliente.” (Vilani Andrade Enéias, 50 anos)

Para Lipovetsky (2005) a figura do indivíduo pós moderno é caracterizada por um sujeito cada vez mais livre dos ideais coletivos, que busca uma maior oferta de produtos culturais e materiais com apelo cada vez mais personalizado. Contudo, mesmo com este leque de produtos rodeando o cotidiano, é sentida a necessidade de um contato mais próximo, mais humano. É notório que, grande parte da importância das costureiras ainda hoje é resultado desse contato direto entre cliente e costureira, ultrapassando a relação entre consumidor e prestador de serviços. A costureira torna-se amiga, por vezes confidente, suas opiniões são respeitadas e costumeiramente, acatadas.

“Às vezes tem menina que me liga e me chama pra escolher o tecido, dar palpite no modelo. (Maria das Graças, 52 anos)

“Quando eu sei que a roupa não vai ficar bonita com aquele tecido eu digo à pessoa e ela aceita fazer um esforço e pagar mais caro, porque é mais importante ficar bem feito.” (Antônia Magalhães de Moura, 51 anos)

Além do vínculo estabelecido entre cliente e costureira, outro fator preponderante é a dificuldade encontrada pelas mulheres em adquirir roupas que se adéquem ao seu biótipo.

“Ah! Vocês (estilistas) deveriam criar roupas que dessem nas gordinhas, porque elas não acham roupa. (Maria Josenira Sá, 49 anos)

Diante disto é possível notar que mesmo a sociedade passando por inúmeras transformações e a crescente industrialização da confecção, as costureiras domiciliares possuem papel relevante na construção de uma sociedade que prima pelo individual. Dessa forma, a sociedade capitalista encontrou na pós-modernidade instrumento de sua propagação. Uma sociedade com mais alternativas, mais itens a serem consumidos.

Mesmo com a crescente industrialização da indústria da confecção, a disseminação de empresas do setor do vestuário por todo o Estado do Ceará e a absorção de mão - de - obra, ainda existem profissionais no setor que preferem trabalhar “à moda antiga”, preenchendo lacunas deixadas pela industrialização, resgatando valores de poder, exclusividade e prestígio relacionados à produção de uma peça feita sob medida.

Devido a esses valores contidos na relação social entre costureiras e mulheres, é possível entender o porquê dessas costureiras não terem sido absorvidas pelo mercado e afirmarem a cada dia que a costura particular não disputa espaço com a industrialização do setor de vestuário, pois seu espaço não está relacionado à sua oferta no mercado, mas a valores impregnados numa sociedade de valorização do consumo, da diferenciação e status revelado num produto.

Bibliografia

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**; Tradução de Artur Morão- Rio de Janeiro: Elfos Ed. Lisboa:edições 70,1995

BRAGA, Joao.**História da moda: uma narrativa.** 7. Ed. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2007.

CALANCA, Daniela. **História social da moda/** Daniela Calanca; tradução de Renata Ambrósio. - São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.

Debord, Guy. **A sociedade do espetáculo/** Guy Debord; Tradução de Estela dos Santos Abreu: Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

HOBBSBAWN, E.J. **Da Revolução Industrial Inglesa ao Imperialismo;** 3.ed.,Tradução de Donaldson Magalhães Garschagen – Rio de Janeiro: Editora Forense Universitária,1983.

HOLLANDER,Anne. **O sexo e as roupas: a evolução do traje moderno.** Tradução de Alexandre Tort – Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

LAVIER, James.**A roupa e a moda: uma história concisa.**Tradução de Glória Maria de Mello Carvalho.- São Paulo:Companhia das Letras,1989.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**,8.ed., São Paulo: Companhia das Letras,2003.

LIPOVETSKY, Gilles **A era do vazio: ensaios sobre o individualismo contemporâneo./** Gilles Lipovtsky; Tradução de Therezinha Monteiro Deutsch – Barueri, Sp: Ed. Manole,2005.

PONTES, Albertina Mirtes. **A cidade dos clubes: modernidade e “glamour” na Fortaleza de 1950-1970.** Tese (Dissertação em História)-Centro de humanidades, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2003.

ROCHA, Everardo P.Guimarães. **A Sociedade do sonho: Comunicação, cultura e consumo.**/ Everardo Rocha- Rio de Janeiro: Mauad,1995.

ROCHE, Daniel: **A cultura das Aparências: uma história da indumentária (séculos XVII-XVIII).** São Paulo: Editora Senac São Paulo,2007.

VINCENT-RICARD, **Françoise. As espirais da moda.** Rio de Janeiro, Paz Eterna, 1989.