

ELEGÂNCIA MASCULINA, OS ALFAIATES EM MARINGÁ-PR NA DÉCADA DE 1950.

Elegance male, the tailor shops in maringá-pr in the 1950s.

Silva, Guilherme T. da; Mestre; La-moda. Laboratório de Estudos e Pesquisas em História, moda e cultura (UEM); guilhermetelles@hotmail.com

Resumo

Acompanhar as transformações observadas na cidade de Maringá - PR, na década de 1950, na perspectiva da moda masculina, momento em que o consumo de roupas e de prestação de serviços estéticos é fortalecido na cidade mediante o surgimento de lojas de tecidos e de espaços destinados aos cuidados com as aparências masculinas, como por exemplo, as alfaiatarias.

Palavras-chave: Homens, Maringá, Alfaiates.

Abstract

Keeping pace with changes observed in Maringá - PR, in the 1950s, from the perspective of men's fashion, at which time the consumption of clothing and provision of aesthetic services in the city is strengthened by the emergence of fabric shops and spaces for care with the masculine appearances, such as the tailors.

Keywords: Men, Maringá, Tailors.

Introdução

As cidades e o processo de urbanização das mesmas, com os quais o avanço da imprensa guarda a mais estreita vinculação, constituem campo vasto de pesquisa histórica. As transformações urbanas e sociais se refletem nos periódicos, jornais e revistas, que também difundem cultura e o viver urbano em Maringá (PR). Nessa relação, entre o desenvolvimento urbano das cidades com a imprensa, podemos entender como as mudanças na sociedade foram difundidas em uma determinada época, concordamos com Luca (2008, p.120):

A aceleração do tempo e o confronto com os artefatos que compunham a modernidade (automóveis, bondes, eletricidade, cinemas, casas noturnas, fonógrafos, câmaras fotográficas), a

difusão de novos hábitos, aspirações e valores, as demandas sociais, políticas e estéticas das diferentes camadas que circulam pelas cidades.

Desta forma tendo como foco a cidade de Maringá o trabalho envolveu o levantamento e análise de imagens fotográficas dos acervos de memória da cidade e também das fotografias, revistas e jornais disponíveis no blog Maringá Histórica, incluindo também como aporte as imagens e revistas, a produção memorialística local da cidade.

A compreensão das imagens fotográficas localizadas e levantadas no Acervo do Patrimônio Histórico de Maringá assim como no blog Maringá Histórica, exigiu que fossem justapostas e associadas aos documentos da imprensa, em particular, as revistas que circularam na cidade no período. Um exemplar da Revista Maringá Ilustrada, publicada em 1957, permitiu que os conteúdos visuais das imagens fotográficas fossem explicados e compreendidos, ela é um exemplar memorialístico que podemos chamar de “documentário”, com intuito de construir a memória dos homens pioneiros na cidade e de suas famílias, tecendo e recuperando a história dos primeiros 10 anos do município.

Entendemos que a moda como fenômeno urbano encontra na imprensa um meio de disseminação de conceitos de bem vestir, apresentar-se, do que consumir, onde frequentar, como comparecer: “A publicidade é um dos artefatos que estão inseridos em um conjunto de instâncias culturais e como tal funciona como mecanismo de representação, ao mesmo tempo em que opera como constituidora de identidades culturais” (SABAT, 2001, p.9). O perfil dos homens também é influenciado pela imprensa, ele preza por se manter bem informado, como podemos atestar com o registro imagético oriundo do Patrimônio Histórico de Maringá, onde retrata no cotidiano um homem, ao qual a ficha que corresponde a imagem no acervo não identifica o sujeito histórico e apenas descreve: “Homem lendo revista em frente a rádio”.

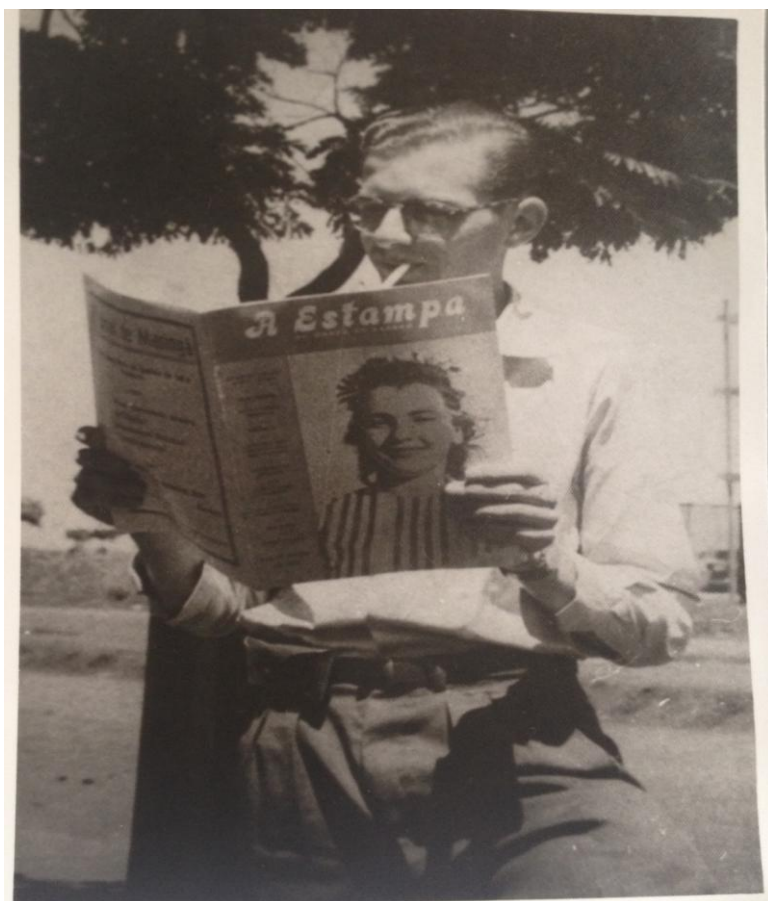


Figura 7: Registro fotográfico parte do acervo do Patrimônio Histórico de Maringá década de 1950.

De certa forma, a imagem de um homem lendo uma revista é significativa na evidência da construção de idéias para a masculinidade em seus nexos com a moda, se considerarmos que historicamente os periódicos cumpriram e cumprem papel de informar e comunicar o que consumir em termos de vestimentas, como se comportar, o que valorizar na aparência. Os periódicos cumprem, assim, papel pedagógico de moda ou se constituem em pedagogias da moda (SIMILI, 2012).

A imagem selecionada se completa quando examinamos o conteúdo da revista Maringá Ilustrada, transformada em fonte de análise. As matérias veiculadas na revista são totalmente ligadas ao universo masculino, em “Maringá, esse fenômeno”, a revista assim define o papel dos homens na cidade: “Na arrebatadora pujança de seus dez anos de existência, a cidade que ai esta é um símbolo do trabalho de titãs e de decisões másculas e é um grandioso fenômeno metropolitano surgido na interlandia paranaense” (MARINGÁ ILUSTRADA, 1957, p.11).

As matérias apresentam uma clara intenção memorialística, ressaltam as características desses homens ligadas à força e virilidade ao adjectivá-los como “másculos”. Homens másculos cujas decisões fazem a cidade de Maringá. Na construção dessa masculinidade estão elementos que versam a respeito de suas conquistas e das suas necessidades, vislumbradas nas propagandas de bens de consumo como, bebidas, cinema, bicicletas, carros e roupas.

Neste sentido, a pesquisa também caminhou por outros meios de comunicação veiculados na cidade no período analisado como: O Jornal de Maringá (1951, pg.9), onde nos deparamos entre as muitas matérias ligadas ao universo masculino com uma pesquisa de opinião pública intitulada “Grande Concurso da Preferência Popular”, esta se torna significativa, quando pensamos que em seguimentos diversos que concorrem na pesquisa o estabelecimento mais votado pelos leitores foi a Alfaiataria São Carlos, com 79 votos, assim como duas casas de tecidos que também bem votadas.

Maringá se moderniza, 1950, a construção do mundo urbano.

A década de 1950, foi profundamente marcada pela idéia de progresso e desenvolvimento, com a incorporação de novas tecnologias em vários ramos da indústria incluindo a automobilística, a de alimentos, têxtil e cosmética, que desenvolveram, ou muitas vezes criaram, novas maneiras de viver em sociedade, que combinadas a algumas permanências como regionalidades em culturas específicas e que se mantêm, desenham o perfil das modas vigentes neste momento histórico no Brasil:

Entre 1945 e 1964, vivemos os momentos decisivos do processo de industrialização com a instalação de setores tecnologicamente mais avançados, que exigiam investimentos de grande porte; as migrações internas e a urbanização ganham um ritmo acelerado. (MELO; NOVAES, 1998, p.1)

A maneira como as mudanças nacionais refletiram-se na cidade de Maringá, e a transição do mundo rural para o mundo urbano, pode ser dimensionada por meio das imagens que povoam os acervos de memória da cidade.



1 Figura 11: Avenida Brasil, 1959. Acervo Patrimônio Histórico/ Maringá Histórica.

Quem olha para as fotografias de Maringá em 1940 e depois 1950 percebe que em um espaço de tempo relativamente curto a cidade tem seu perfil traçado de cidade moderna. Em 1940, nos idos de sua fundação, tem-se fotos mais rurais: ruas sem calçamento, casas de madeira e roupas com menos variáveis de tecidos e cortes; enquanto na década que se segue as imagens tratam muito mais do mundo urbano: dos eventos sociais, políticos e religiosos, no espaço público e privado como o comércio e agencias bancárias.

Não se encontra nos documentos imagéticos e publicitários na cidade, no período analisado, a descrição de trajés completos, mas peças de um quebra-cabeça que, devidamente encaixadas, fornecem elementos para o conhecimento de como se vestiam os homens em Maringá e como sua moda esta ligada ao surgimento do comércio e da consolidação do espaço urbano.

O romance “Isto é você Maria” tem no enredo um retrato fiel da maneira como se formou e se consolidou Maringá, do rural ao mundo urbano, e contribui para entender esse movimento a modernidade ao quais as imagens

apresentadas remetem: “A primeira impressão não é nada boa. Parece um fim de mundo.” (ESTRADA, 1974 p.18), na primeira época, título da primeira divisão do livro, descreve esse homem pioneiro como bruto , feroz e de instintos bárbaros, mas que poderia ser confundido na multidão com um homem qualquer, um comerciante , um pistoleiro, ou mesmo um sitiante.

Magro, seco, de pele clara, não aparenta a idade que tem – uns quarenta anos. Usa bombachas e botas curtas, sanfonadas. Veste uma camisa quadriculada e traz na cabeça um chapéu de abas largas, de panamá legítimo. Na cintura uma guaiaca de couro de bezerro, cheia de cartuchos de balas calibre 38. (Estrada, 1974 p.31).

Este foi o panorama descrito no romance para a moda dos homens que fundaram a cidade e que em um espaço curto de tempo vão se sociabilizar e adquirir novas modas e comportamentos ligados a sociabilidade dos espaços públicos, dos clubes e bares.

Ainda trazendo para a discussão o romance de Estrada, o mesmo descreve na segunda parte do livro intitulada “segunda época”, enfatizando o protagonista ao voltar à cidade uma década após sua fundação, se deparando com outra cidade, sem espaço para aventureiros, jagunços e homens maus:

“O homem, como ser humano apenas, é absorvido e minimizado pela multidão que passa, pelos ecos, pela febril atividade das ruas, nos bares, hotéis, fábricas, pelo incessante ruído de máquinas e motores a impulsionar mais e mais a velocidade do progresso.” (ESTRADA, p. 155)

Esse é o espaço em que os homens ira circular: “ruas e avenidas pavimentadas, belas praças, luz, força, trens, aviões, estações de rádio, televisão, dão-lhe a dimensão das grandes metrópoles”. (ESTRADA, p.155), e para os novos locais de sociabilidades novas roupas, aparências e noções de belo e elegante no que tange ao mundo masculino.

Os Alfaiates

A trajetória de uma cidade pode ser acompanhada pelas imagens dos seus habitantes e conseqüentemente das roupas que os mesmos vestiam na ocasião de cada imagem produzida, nos sentidos que davam as roupas, se estes homens perpetuaram uma imagem de coragem, força, pioneirismo, beleza e elegância, suas indumentárias nos dizem muito sobre sua história, cobrir o corpo é também se proteger dos perigos da natureza bruta, um dos

sentidos identificados por Lurie: “Colocamos roupas por algumas das mesmas razões por que falamos: para tornar a vida e trabalho mais fácil e mais confortável, para proclamar (ou Simular) nossa identidade.” (LURIE, 1997, p.41).

Permanências e mudanças nos conceitos de masculinidades são observadas e significadas no período. Nesses aspectos, concebemos as imagens expressivas, os homens, numa imagem histórica assim descrita “Empresários e Políticos na comissão organizada para ir até Curitiba reivindicar a emancipação de Maringá”. Nela, o terno contribui para significar a atuação deles como “negociadores e diplomatas” da cidade, que se deslocam até Curitiba para “negociar politicamente” o estatuto de município.



Figura 20: Acervo patrimônio Histórico de Maringá. Comissão que foi a Curitiba reivindicar a emancipação de Maringá, 1951.

Entre os homens públicos está o alfaiate Elias Francisco de Lucca, que aparece nos registros imagéticos de memória da cidade em 1951. Segundo o historiador responsável pelo Patrimônio Histórico de Maringá, João Laercio Lopes Leal, ele é a segunda figura masculina da imagem, contando da direita para esquerda. Ele está em pé, ao acompanhar uma comitiva de ilustres homens da cidade até a capital Curitiba para pleitear a emancipação do

município, o comunicado pela fotografia é que ocupava lugar de destaque e prestígio entre os homens.

Outro homem ligado pela alfaiataria ao universo dos homens instala-se na cidade em 1952, é o alfaiate Elias Marchi. Inaugura a alfaiataria Lider e se torna durante a década de 1950, o alfaiate mais requisitado da cidade, período esse em que Maringá já deixou de ser um distrito, a emancipação da cidade acontece em 1951, e tem seu desenvolvimento socioeconômico acelerado. Elias Marchi é assim lembrado em uma publicação resgatando a memória do comércio na cidade (RECCO, 2012, p.64): “Moço educado, social, soube fazer amigos entre nós, como sabe confeccionar uma roupa”, assim o alfaiate é descrito pelos homens, um homem que se tornou um deles que costura para eles e tem em sua conduta a essência do homem alinhado e elegante de Maringá.

Sabemos que homens importantes e a alfaiataria “andam” juntos desde a era Vitoriana. No séc. XIX havia distinções pequenas, mais marcantes, entre os grupos de homens e dentre estas distinções as casas de alfaiatarias exclusivas a determinados grupos sociais, como a casa Henry Poole, em Londres, que só atendia a aristocracia. Tinha entre seus clientes, a assiduidade do imperador do Brasil, D. Pedro II e os homens do corpo diplomático brasileiro, os quais eram tidos como referência em elegância no cenário brasileiro (ARAUJO, 2012).

A presença do alfaiate intriga e leva a pensar sobre o trabalho e o prestígio que ele usufruía entre os homens dos anos 1950, período marcado por várias transformações na cultura da moda e das masculinidades, Roche (2007, p.302), sobre a figura dos alfaiates ressalta:

representa o monopólio masculino na esfera do vestuário, uma herança do antigo passado medieval e do começo da Idade Moderna, quando as guildas se organizaram e os papéis sociais foram distribuídos: para os homens, o privilégio de vestir ambos os sexos; para as mulheres, as tarefas mais humildes de costureiras e dona de casa.

Como vemos nas imagens, que retratam os homens da elite com distintos ternos completos: compostos de calça, camisa, paletó e gravata, mas que também é utilizada por homens comuns de forma menos formal, quando

notamos nas imagens que retratam o cotidiano nas ruas, onde os homens usam também camisa, calça e paletó, o “uniforme do homem” acompanha desta forma seu poder aquisitivo, mas mantém os signos de masculinidade comuns a todos no que tange as roupas no período.

Os ternos, conforme mostrou Hollander (1996), na indumentária masculina está relacionada à fabricação de um tipo de poder “ao uniforme do poder oficial”, não da força física, mas da diplomacia, do compromisso, da civilidade e do autocontrole físico. Homens usando ternos reafirmam os códigos e os simbolismos culturais, políticos e econômicos da autoridade, do poder de “fazer, realizar, negociar”.

Conclusão

São os encontros e trocas culturais entre esses homens que as imagens ajudam a entender. Perseguindo as trilhas das imagens dos homens, fomos também conduzidos às descobertas que ajudam a entender os meandros da produção e consumo do período que compõe a pesquisa.

Ao se vestirem para o trabalho, eventos ou mesmo no dia-a-dia com seus paletós, ternos, gravatas, botas, camisas e demais objetos e roupas retratados nas imagens selecionadas nessa pesquisa, estes homens produzem sentidos para a posição ocupada por eles na vida pública e privada e determinam sua posição social na relação que estabelecem entre os seus empregados, eles se vestem e se mostram como “homens desbravadores, empreendedores” que modificam a natureza pelo progresso, que tem em sua virilidade e ousadia o caminho para a construção do futuro.

Os homens, as modas e as masculinidades na cidade de Maringá foram desta forma os caminhos tomados para a compreensão das relações entre elegância e beleza masculinas e sociabilidade dos homens concomitante ao desenvolvimento da cidade. Este foi o foco deste estudo deste trabalho, no qual analisamos os meandros percorridos pela moda masculina na cidade de durante à década de 1950.

Referências

ARAUJO, Marcelo de. **Dom Pedro II e a Moda Masculina na Época Vitoriana**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.

ESTRADA, Jorge Ferreira Duque. **Isto é você Maria...** Curitiba, 1974.

HOLLANDER, Anne. **O sexo e as roupas**. A evolução do traje moderno. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

JORNAL, O. Maringá, 1955. Disponível em <<http://maringahistorica.blogspot.com.br>>. 98. Acesso em 13 de abril de 2015.

LUCA, Tania Regina. **A grande imprensa na primeira metade do século XX**. In: MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina. História da imprensa no Brasil. São Paulo: Contexto, 2008.

LURIE, Alison. **A linguagem das roupas**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

MARINGÁ, Histórica. Blog. Disponível em <<http://maringahistorica.blogspot.com.br>>.

MARINGÁ, Ilustrada. Revista. 1957. Disponível em <<http://maringahistorica.blogspot.com.br>>.

MELLO, João Manuel Cardoso de; NOVAES, Fernando. **Capitalismo tardio e sociabilidade moderna**. In: SCHWARZ, L.M. (org) História da Vida Privada no Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 1998, v.4.

RECCO, Rogério. **História do comercio de Maringá com ênfase no segmento varejista**. Maringá: Ed. Regente, 2012.

ROCHE, Daniel. **A cultura das aparências**. Uma história da indumentária (séculos XVII –XVIII). São Paulo: Senac, 2007.

SABAT, R. Pedagogia cultural, gênero e sexualidade. **Revista Estudos Feministas**, v.9, n.1, p. 09-21, 2001. Disponível em:<<http://www.scielo.br/pdf/ref/v9n1/8601.pdf>>. Acesso em: 23 jan. 2014. 100

SIMILI, Ivana. Os arquivos pessoais: **roupas, memórias e sensibilidades na moda**. COLÓQUIO DE MODA, 2012. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/8-Coloquio-de-Moda_2012/GT06/ARTIGO-DE-GT/103085_Os_arquivos_pessoais.pdf>. Acesso abr. 2014.