

A MODA COMO UM NEGÓCIO NO PIAUÍ: DOS PRIMEIROS PASSOS À INDUSTRIALIZAÇÃO

Fashion as a business in piauí: first steps to industrialization

Aragão; Camila Maria Albuquerque; Especialista; Instituto Federal do Piauí
(IFPI), camila@ifpi.edu.br¹

Resumo

A presente pesquisa historiciza acerca do processo de transformação da moda como um negócio no estado do Piauí. Apresentando desde seus primeiros passos, tais como as primeiras indústrias, as primeiras boutiques ao processo de desenvolvimento do setor de confecção do vestuário, o qual tem participação significativa na economia do estado.

Palavras chave: Moda, Piauí, Negócios, Industrialização.

Abstract

This research historicizes about fashion transformation process as a business in the state of Piauí. Featuring since its first steps, such as the first industries, the first boutiques to the process of development of the garment manufacturing sector, which has significant share in the state's economy.

Keywords: Fashion, Piauí, Business, Industrialization.

1. Considerações Iniciais

A indústria têxtil foi a primeira indústria a surgir no mundo. Ela foi a responsável pela revolução industrial, pois os teares foram as primeiras máquinas a serem criadas, possibilitando uma produção em maior escala. A utilização de tecnologia simples, além de ter a mão de obra como principal fator de produção, faz com que essa seja a primeira indústria a ser implementada nos países no início do processo de

¹ Professora efetiva do curso de Vestuário no Instituto Federal do Piauí (IFPI) - Campus Piripiri. Graduada em Design de Moda (Uninovafapi), especialista em *Negócios e Stylist de Moda* (Uninovafapi). Pesquisadora de temáticas relacionadas à memória e história da moda, com ênfase no Piauí.

industrialização [...]. Apesar de ter surgido no século XVII, ainda hoje a indústria têxtil e de confecções tem uma grande importância mundial. (LISBOA, 2013, p.6)

O setor de têxteis e confecção movimentava intensamente a economia mundial, o Brasil, por sua vez, apesar das taxas de juros, impostos, dentre outros que o colocam em situação de desvantagem competitiva, é o quinto maior produtor têxtil do mundo e possui 33 mil indústrias espalhadas pelo país, conforme dados da ABIT. O estado do Piauí reúne 1147 destas indústrias de confecção, segundo dados do SINDVEST-PI, distribuídas principalmente entre a capital Teresina, Campo Maior (pólo de confecção de jeans) e Piri-piri (pólo de confecção de moda íntima).

Diante destes dados, nota-se que a indústria de confecção no Piauí tem se mostrado expressiva, mas percebe-se uma lacuna na produção historiográfica sobre este tema. Pouco se sabe sobre como este Estado tornou-se um produtor no setor de confecção de vestuário, como se deu a construção do cenário da moda no Piauí como um negócio culminando numa industrialização que movimentava a economia do estado, além de quem teve participação neste processo, dentre outros fatores relevantes.

Em levantamento sobre a situação atual da moda no estado do Piauí, de acordo com dados do Sindicato das Indústrias do Vestuário do Piauí (SINDVEST-PI), por mês, estas 1147 indústrias de confecção produzem cerca de 597 mil peças, movimentando mais de R\$ 204 milhões ao ano. No que diz respeito à geração de empregos, são mais de 18 mil postos de trabalho no estado. Pode-se verificar também o crescente número de instituições de ensino ofertando cursos e o aumento do número de profissionais atuando no setor.

O crescimento econômico do setor no Piauí é notável, porém, existem questionamentos apresentados acima que permeiam esse crescimento, não só no aspecto econômico, como também no aspecto social e cultural que são transversais a este desenvolvimento e propiciaram o atual cenário do estado.

Na tentativa de responder a estes questionamentos e pretendendo conhecer a história deste processo de crescimento, foi realizada esta pesquisa, delimitando o recorte temporal entre a década de 1960 e 1980. A pesquisa aborda, dentro do contexto do estado do Piauí, os primeiros passos da moda e

do vestuário como um negócio, o surgimento das primeiras boutiques e eventos de moda e o processo de industrialização, através de dados fornecidos pelo presidente do Sindicato das Indústrias de Vestuário do Piauí (SINDVEST-PI), Sr. Francisco Marques, relato do Sr. Roberto Broder, filho da proprietária da primeira pequena indústria de confecção do estado e relato da Sra. Dourilla Machado, proprietária da segunda boutique de moda que surgiu no Piauí.

2. Os primeiros passos da moda como um negócio no estado

Segundo TREPTOW (2013), “a moda surge no momento histórico em que o homem passa a valorizar-se pela diferenciação dos demais através da aparência, o que podemos traduzir em individualização”. Portanto, essa diferenciação de uns, visa a uma identificação com outros, pois a moda se dá através da cópia do estilo daqueles a quem se admira. Com isto podemos entender que a roupa e o simples ato de “vestir-se” são dotados de significados que se relacionam diretamente com o lugar em que se vive, a cultura e que muda com o passar do tempo, pois, quando uma forma de vestir - que podemos entender por “tendência” - já está massificada, ou seja, foi aceita e consumida pela grande maioria, surge a necessidade de inovar como forma de diferenciação social.

Essa busca por individualização se torna mais perceptível na moda entre as décadas de 1950 e 1960, quando surge a *moda jovem* resultante dos *baby boomers* do pós segunda guerra mundial. Esse anseio dos jovens por diferenciação social e individualidade se reflete na moda ao redor do mundo e entre todas as idades.

Nota-se que a tendência de individualização se apresenta neste período no Piauí também, entre os anos 50 e 60. Somente os modelos copiados de revistas como *Jornal das Moças*, *Cruzeiro*, dentre outras que eram encontradas nas bancas de revistas da capital, já não satisfaziam mais as Piauienses. Não havia ainda boutiques vendendo roupas prontas no Estado, as primeiras surgem em meados de 60, portanto a produção do vestuário se dava através da compra de tecido e aviamentos e o feitiço por modistas ou mesmo pelas mulheres prendadas da família.

Atendendo esta demanda, iniciou-se na capital do Estado, a prática de ter um profissional dentro das lojas de tecidos disponível para desenhar modelos de roupas para as clientes, o que hoje é denominado de desenhista de moda ou estilista. O Senhor Roberto Broder² relata que a rede de lojas Pernambucanas, uma grande rede varejista com uma filial então instalada em Teresina, contratou um estilista da cidade de Parnaíba, chamado Miguel Pro, este profissional atendia as piauienses proporcionando a elas a experiência de um desenho exclusivo e orientações com relação à tecidos adequados.

Esta prática foi se difundindo entre as lojas de Teresina e ainda hoje é vista em lojas de varejo de tecidos no centro da cidade e lojas no interior do Estado. Miguel Pro teve sua carta de demissão assinada tempos depois, devido a sua recusa em desenhar para uma senhora que, como muitas da época, procurou seu serviço na loja e o estilista alegou que ela era “desprovida de beleza” e que nada lhe resolveria. Miguel não sabia que a senhora era esposa de um importante funcionário da alfândega.

Além do aparecimento deste tipo de profissão no estado, “o estilista/desenhista”, ligada ao processo de confecção de vestuário, neste período ainda, houve o surgimento singelo de pequenas confecções no estado, dentre elas a Confecção Bel de propriedade da Sra. Maria Madalena Broder. A confecção ficava localizada na cidade de Parnaíba e foi uma das primeiras a confeccionar moda masculina do Piauí, fabricava camisas e bermudas de tecido, chegando a vender para outros estados, como conta o Sr. Roberto Broder, filho da proprietária da pequena indústria.

Ainda em seu relato, ele lembra da falência de muitas destas pequenas confecções piauienses. Com a abertura de crédito para grandes grupos empresariais do Ceará e Rio Grande do Norte, através da SUDENE (Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste), grupos estes produzindo peças em larga escala e a baixos preços. Um dos grupos que recebeu o incentivo com capital da SUDENE foi a Guararapes, de Natal (RN), que através desse financiamento construiu mais duas grandes fábricas, uma em Fortaleza (CE) e outra em Mossoró (RN). O crescimento acelerado proporcionou ao grupo adquirir as cadeias de lojas Riachuelo e Wolens em apenas 3 anos após

² Entrevista concedida em 25 de Fevereiro de 2013.

a abertura das duas mega fábricas. Em meio a este contexto, as pequenas confecções piauienses, ainda de pequeno porte, pouca tecnologia e sem incentivos de bancos e da SUDENE, não tiveram potencial para concorrer no mercado, o que levou muitas à fechar as portas.

Em 1972, ao tempo em que essas pequenas confecções fechavam as portas, surgia a Guadalajara, uma grande indústria de confecção do Grupo Claudino, o maior conglomerado de empresas do Piauí. Segundo o Sr. Francisco Marques de Melo, atual presidente do SINDVEST PI (Sindicato da Indústria do Vestuário, Calçados e Artefatos de Tecidos do Piauí), o grupo Claudino recebeu incentivos fiscais da SUDENE e BNDES, entre as cláusulas do acordo havia a contra partida da empresa em realizar cursos de capacitação e formação de mão de obra no setor de confecção, promovendo o início de um desenvolvimento industrial no setor de vestuário no estado, já tardio se comparado à maioria dos outros estados do país, principalmente o estado vizinho, Ceará.

A chegada da Guadalajara, então, possibilitou treinamento de pessoal para que estes trabalhassem na fábrica, já que profissionais capacitados na área eram escassos no Piauí, muitos dos que foram atraídos para o trabalho na indústria do grupo Claudino vinham de outras áreas e neste momento tiveram o primeiro contato com o trabalho na área de confecção do vestuário. Foi uma espécie de “escola” e muitos desses profissionais, anos após, rumaram para outras pequenas confecções que surgiram levando a experiência e conhecimento adquiridos na fábrica do grande grupo.

Outro negócio relacionado à moda e vestuário foram as boutiques que passaram a oferecer roupas prontas, estas surgiram no Piauí em meados dos anos 60 apostando no espírito jovem em voga no período, trazendo peças fabricadas na região sudeste do país.

3. Surgimento das primeiras boutiques e desfiles de moda no Piauí

Na década de 1960 surge a primeira boutique de moda do Piauí, denominada Biscuit, de propriedade de Graça Mota, que trabalhava juntamente

com a irmã. A Boutique Biscuit era voltada para a *garota moderna*, como descrevia em suas propagandas publicadas no Jornal *O Dia*³ da época, a loja oferecia roupas prontas, fabricadas em outros locais como Belo Horizonte, São Paulo e Rio de Janeiro, além de peças confeccionadas pelas duas irmãs proprietárias das loja.



Figura 1 – Propaganda da Boutique Biscuit/ Fonte: Arquivo Público do Piauí. Jornal o Dia. Coluna Elvira Raulino. p, 5. 17 de janeiro de 1969

O anúncio da Biscuit no jornal já declarava: “para a garota moderna”, denotando o espírito do tempo, que muito foi influenciado pela cultura jovem, como cita João Braga (2008. p, 48): “Os anos 60, por sua vez, chegaram introduzindo muitas mudanças na moda. De fato, foi o início da influência dos jovens para o comportamento da moda. Os tempos eram verdadeiramente outros.”

Poucos anos depois, em 1968, é inaugurada a Boutique Baú, de Dourila Machado Veiga de Carvalho, localizada na Rua Desembargador Freitas, no centro da cidade de Teresina. Dourila Carvalho assim como Graça Mota também viajava para outros estados, que já eram considerados polos de produção industrial de moda no Brasil, e vendiam no atacado. Como o Piauí ainda não estava acompanhando o desenvolvimento industrial no setor de confecção, ao passo que já estava acontecendo em outros estados, estas lojas traziam os produtos produzidos em outras regiões do país e comercializavam, como lojas multimarcas.

³ O Jornal O Dia é um jornal periódico que circula na cidade de Teresina, no Estado do Piauí. Pertence ao Sistema O Dia de Comunicação.[...] O presente periódico foi fundado no dia 1º de fevereiro de 1951, pelo professor Leão Monteiro.

Além das vendas das confecções, Graça Mota e Dourila Carvalho promoveram os primeiros desfiles de moda na capital, eram grandes eventos com a presença dos mais renomados da sociedade local, desde empresários importantes com suas esposas, à políticos, incluindo prefeito e governador.

Dourila Carvalho relata em sua entrevista que os desfiles da Boutique Baú aconteciam na própria loja, em uma área ampla ao ar livre onde havia um espelho d'água, que ela chamava de lago. A empresária trouxe modelos nacionais famosas para as passarelas da Boutique Baú em Teresina, tais como: Monique Evans, as irmãs Luma de Oliveira e Ísis de Oliveira, além de Marlene Silva e Maria Rosa, estas últimas faziam parte do elenco do programa Planeta dos Homens, exibido na TV Globo entre 1976 a 1982.

A presença dessas celebridades atraía o público. Segundo a entrevista concedida por Dourila Carvalho, os desfiles da Boutique Baú eram organizados com 75 entradas no total, ou seja, eram 75 *looks* diferentes apresentados durante o evento. Dourila Carvalho faz questão de lembrar que eram feitos cabelos e maquiagens diferentes para cada entrada, todos elaborados, sob o comando de Mariano Marques que fazia um belo trabalho, com muita competência e com a rapidez que o backstage de um grande desfile exige.



Figura 2- Desfile da Boutique Baú / Fonte: Acervo pessoal de Dourila Machado Veiga de Carvalho

Saindo das boutiques, os desfiles ganharam as ruas. Graça Mota por sua vez, realizou pela primeira vez na capital de Teresina um desfile de moda

na rua. O que veio a ocorrer em frente à loja Biscuit, na Rua Lisandro Nogueira, no centro da cidade. A empresária promovia muitos desfiles da Boutique Biscuit, a lista de convidados sempre contava com os nomes mais importantes da capital. Assim como os de Dourila Carvalho, Graça Mota também trouxe para a passarela local, modelos nacionais como: Luiza Brunet e Xuxa Meneghel.

A empresária Graça Mota foi além de peças do vestuário, ousou verticalizando sua linha de produtos, lançando um perfume e um vinho com o seu nome, de forma que essa estratégia agregou valor à sua marca. Durante todo esse período a Boutique Biscuit e a Boutique Baú ficaram conhecidas como as melhores lojas de artigos femininos do estado. Após estas duas, várias boutiques começaram a surgir em Teresina, na mesma linha da Biscuit e da Baú, como multimarcas.

4. Anos 80: a intensificação das indústrias de confecção no Piauí

A década de 1980 marca um grande crescimento no setor têxtil e de confecção em todo o país, a moda passa a ser vista como um negócio altamente rentável o que propiciou o aumento no número de indústrias e investimentos no setor,

outro enfoque dos anos 80 é a profissionalização verificada no setor têxtil e de confecção em nosso País. A moda deixou de ser considerada como assunto fútil, passando a receber tratamento sério, discutível e discutida. (THAMER. 1987/1988. p.6)

No Piauí nota-se, neste período, o surgimento de inúmeras pequenas confecções, a grande maioria de empreendedores por necessidade, sem um plano de negócio e planejamento estratégico para o crescimento da empresa.

À frente da maior parte dessas empresas estavam mulheres, que começaram com uma pequena produção em casa. Ao iniciar, não imaginavam a grande demanda do mercado em ascensão, o que lhes proporcionou possibilidade de crescimento. Através do BNDES (Banco Nacional de

Desenvolvimento), essas pequenas empresárias puderam financiar créditos e assim aplicar seus investimentos em maquinário, estrutura física, compra de matéria-prima, dentre outros, se tornando indústria e consequentemente gerando emprego e renda para a população.

Muitas dessas indústrias que surgiram na década de 1980, como exemplo podemos apontar a empresa de confecção Gota D'água e MCA localizadas em Teresina, que segundo destaca o presidente do SINDVEST-PI, Sr. Francisco Marques, permanecem até hoje no mercado a pleno vapor, como empresas em destaque em vendas e produção. Estas e outras empresas iniciadas nos anos 1980, que conseguiram crescer com muito esforço - mesmo sem contar com um planejamento inicial, com uma estrutura com profissionais pensando estrategicamente em políticas de mercado e publicidade, dentre outros aspectos relevantes para uma empresa e com a resistência ao produto genuinamente piauiense que se enfrenta com a população do estado - proporcionaram um grande crescimento no setor de confecção de moda em relação à outros setores dentro da economia do estado, ganhando destaque, contribuindo diretamente para o cenário atual da moda no Piauí.

5. Considerações Finais

A metodologia utilizada para a realização desta pesquisa foi a história oral⁴. Para Freitas (2006), a história oral fornece documentação para reconstruir o passado recente, legitima o presente e privilegia a voz dos indivíduos, permitindo captar, a partir de reminiscências, o que as pessoas vivenciaram e experimentaram.

Dentro desta perspectiva, como objetivo deste empreendimento, analisou-se o discurso extraído das entrevistas sobre a transformação da moda

⁴ A história oral é uma metodologia de pesquisa que consiste em realizar entrevistas gravadas com pessoas que podem testemunhar sobre acontecimentos, conjunturas, instituições, modos de vida ou outros aspectos da história contemporânea. Começou a ser utilizada nos anos de 1950, após a invenção do gravador, nos Estados Unidos, na Europa e no México, e desde então difundiu-se bastante. Ganhou também cada vez mais adeptos, ampliando-se o intercâmbio entre os que a praticam: historiadores, antropólogos, cientistas políticos, sociólogos, pedagogos, teóricos da literatura, psicólogos e outros. Essas informações foram retiradas do site CPDOC. www.cpdoc.fgc.br/acervo/historiaoral

como um negócio no estado do Piauí, mais especificamente relatos de pessoas que fizeram parte deste processo e que vivenciaram experiências dentro do recorte temporal em estudo. Além deste método, utilizou-se também fontes iconográficas - com a finalidade de registrar a indumentária e momentos relevantes para esta pesquisa dentro do contexto piauiense - fontes hemerográficas e, para entrelaçar os dados coletados com teorias e o contexto social, político e econômico, abordou-se bibliografias como referências. Em relação à tipologia de pesquisa, tratou-se de investigação descritiva acerca do tema.

Por fim, a pesquisa historiciza acerca da trajetória da moda como um negócio no Piauí, tornando-se uma contribuição acadêmica, tendo em vista a carência de estudos que abordem especificamente o cenário e o mercado de moda no Piauí, portanto, o artigo aqui apresentado tem valor acadêmico, social e histórico, almejando aquecer as discussões sobre esta temática.

6. Referências

6.1. Entrevistas

CARVALHO, Dourila Machado Veiga de. Entrevista concedida. Teresina - PI, Brasil, fevereiro de 2013.

BRODER, Roberto. Entrevista concedida. Teresina - PI, Brasil, fevereiro de 2013.

SINDVEST-PI - Sindicato da Indústria do Vestuário, Calçados e Artefatos de Tecidos do Piauí. Dados cedidos pelo presidente, Sr. Francisco Marques de Melo. 2012.

6.2. Bibliografia

BRAGA, João. **Reflexões sobre a moda**. Volume I / 4ª Ed. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2008.

FREITAS, Sonia Maria de. **História Oral: possibilidades e procedimentos** / Sônia Maria de Freitas. 2 ed. – São Paulo: Associação Editorial Humanitas, 2006.

GARCIA, Carol. **Moda e comunicação: o jogo da aparência como raiz cultural**. Revista Nexus, São Paulo: Anhembi Morumbi, ano VI, N.9, P.33-48, 2. Semestre, 2002.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. 1 a. Ed. São Paulo: Edições SESC/SP, 2007, v., p. 13-33. Trad. Maria Lúcia Machado. 9 ed. São Paulo: companhia das letras, 2006.

LISBOA, Sofia Albuquerque Anicet. **A organização da indústria têxtil brasileira no contexto internacional**. 2013. 33 f. Monografia - Departamento de Economia, PUC. Rio de Janeiro. 2013.

SALES, Gabriela Maroja Jales. **Representações sociais da cultura de moda regional** [online] disponível na internet: www.coloquiomoda.com.br/anais/anais3-colóquio-de-moda_2007/4_02. Pdf. Arquivo capturado em 08.09.2014.

THAMER, Deise Sabbag. **A moda dos Anos 80**. Indústria Gráfica DCI, 1987/1988.

TREPTOW, Doris. **Inventando Moda: planejamento de coleção** / Doris Treptow. –5. Ed. – São Paulo: Edição da Autora, 2013. P. 21.