

MODA, PRODUÇÃO E CONSUMO: A MAGIA DO CRIADOR¹

Juscelina Bárbara Anjos Matos (FAV/UFG)

ba_matos@yahoo.com.br

Miriam Costa Manso M. Mendonça (FAV/UFG)

mcostamanso@yahoo.com.br

Resumo:

O presente texto apresenta algumas possibilidades de análise da moda em Vitória da Conquista - Ba, em meados do século XX, a partir da contribuição dos estudos de Bourdieu sobre a luta de classes no campo da alta costura, a competição entre os costureiros estabelecidos (dominantes) e os pretendentes (dominados) a ingressar neste campo. Apesar de configurar uma realidade bastante diferente da retratada por Bourdieu (o autor tem como pano de fundo a sociedade francesa) por enfocarmos uma cidade do interior baiano, numa época em que mesmo nas grandes capitais do país não existiam criadores de alta costura, é possível traçar um paralelo entre o trabalho das "costureiras finas" e as que se encarregavam de uma costura mais simples, menos valorizada.

Palavras-chave: Moda, Confecção, Valor Simbólico, Distinção.

Abstract:

The text present some ways to analyse fashion in Vitória da Conquista (BA), in the half of 20th, starting from the contribution of Bourdieu's studies of the class fight in haute-couture, the competition between the establishment sewers (dominant), members of the "status quo", and the aspiring (dominated) to join this camp. In spite of Vitoria da Conquista, a city inside Bahia's state, configure a such different reality of the retract done of Bourdieu (the author take the french society to base on his analysis and researchs), it is possible to set out, to compose a parallel between the fine dressmakers of fine products and that ones who used to make a simplify sewing, a not as valued work.

Keywords: Fashion, Haute Couture, Competition, Sewing.

Introdução

Apesar de alguns autores considerarem que o estudo da moda não pode ser estruturado apenas sobre a chave da distinção social, esta é, sem dúvida, proposição importante para pensarmos o comportamento e as diferentes formas de apropriação da moda pelos sujeitos sociais no período aqui analisado.

Se hoje podemos afirmar que as fronteiras de acesso aos produtos da moda estão mais diluídas, em outros períodos da história essa relação se dava de forma mais rígida sendo o consumo de moda um importante instrumento de distinção social. Neste contexto, as investigações de Bourdieu (2004) sobre a moda, através da dialética da distinção e da pretensão, são fundamentais para

compreendermos o jogo de diferenciação que se estabelece entre as classes, expressos através do estilo de vida e, o que nos interessa particularmente, das práticas vestimentares.

Para recompor os aspectos da vida cotidiana da sociedade Conquistense e compreender o jogo de relações que envolvem o ofício das costureiras na cidade, recorreremos às narrativas orais apoiados, também, na análise de imagens e jornais da época. A história oral tem-se constituído um importante instrumento de pesquisa quando se busca elaborar uma “outra história” (MEIHY, 2002, p. 24).

Moda e sociedade

A moda é um fenômeno social e a sua análise não pode estar dissociada da compreensão da dinâmica da vida cotidiana. Nesse sentido, entendemos que antes de avançarmos em nossas análises é preciso tecer algumas breves considerações sobre a sociedade brasileira e Conquistense, em meados do século XX, buscando relacionar a micro com a macro história.

Após a Segunda Guerra Mundial o Brasil vive uma profunda transformação na sua estrutura social, consolidando-se como uma sociedade urbano-industrial. Esse processo de modernização gerou mudanças nos setores culturais, econômicos e sociais. Ortiz aponta como um importante fenômeno desse momento de desenvolvimento do país “a transformação do sistema de estratificação social com a expansão da classe operária e das camadas médias, [...] o desenvolvimento do setor terciário em detrimento do setor agrário” (2006, p. 38-39). O crescimento da classe média tem relação direta com a ampliação do mercado, o que passou a interferir diretamente no comportamento e na forma de consumo da população.

Vitória da Conquista, acompanhando as transformações do país, passa também nesse período, por um processo de desenvolvimento, impulsionado pela abertura das rodovias BR-116 (Rio-Bahia), que liga a cidade ao sudeste e sul do país e, a rodovia Ilhéus-Lapa dando acesso ao centro-oeste. A construção das rodovias atraiu para a cidade novos atores sociais, que se estabeleceram, e passaram a interferir não apenas na economia, mas, principalmente, na vida social (MIRANDA & ALVES, 1999).

A partir desse momento, a cidade que tinha na agropecuária a sustentação da economia, começou a contar com um comércio crescente que contribuiu de forma decisiva para o seu desenvolvimento. Vitória da Conquista tornou-se um importante centro de produção e circulação de mercadorias na região.

No que se refere a moda a França ainda era o centro irradiador de tendências. As mulheres da alta sociedade compravam em Paris apesar de já haver no país excelentes casas de modas, principalmente no Rio de Janeiro, onde se podia adquirir produtos nacionais e importados. Como diz Contijo, “O Brasil dos anos 50 tinha os olhos voltados para o Rio de Janeiro” (1986, p.73).

È nessa época que surge a Casa Canadá, no Rio de Janeiro, uma *grife* que faz parte da história da moda do país. A dificuldade de importação de produtos, no pós-guerra, fez com que as casas de moda comesçassem a fabricar roupas sob medida. “Os *ateliers* da Casa Canadá [...] atendiam a uma clientela abastada [...], eram capazes de reproduzir e aconselhar sobre as últimas tendências da moda parisiense” (NACIF, 2006).

No país ainda não existia a figura do estilista como conhecemos hoje, e cabia as modistas, profissionais habilidosas que confeccionavam os trajes a partir dos modelos lançados em Paris, a função de criadoras de moda. Os modelos eram copiados de revistas especializadas e do cinema.

Na época as roupas prontas eram restritas a um consumo de luxo, ou as roupas confeccionadas em grande escala com um padrão mais popular, e a maioria das pessoas vestia-se com roupas sob medida (FERRON *apud* NACIF, 2006).

Em Vitória da Conquista, assim no restante do país, o consumo de moda era centrado no trabalho das costureiras uma vez que o acesso a roupas prontas era bastante restrito. As peças que chegavam à cidade, como agasalhos e complementos do vestuário, eram vendidos nas lojas de tecidos, os templos de consumo da moda da época.

Moda: símbolo de distinção

Nos estudos de sobre a moda Bourdieu (1989; 2004) chama a atenção para a de que a própria natureza do campo da moda que é necessário, para

efeito de análise, se trabalhar com o binômio produção/consumo para a compreensão do jogo que se estabelece neste campo. Aqui, sem deixar de lado esta questão daremos prioridade para a confecção tentando identificar como o ofício das costureiras refletia as tensões em torno da posição social tanto do artesão quanto do consumidor.

Após contato com algumas fontes, dos relatos dos entrevistados que tem contribuído, nesta pesquisa, para a compreensão do comportamento de moda das mulheres em Vitória da Conquista podemos tecer alguns comentários sobre a criação e o consumo de moda na cidade.

Como acontecia em todo país, na cidade o bom nome de uma costureira ou modista estava associado às camadas dominantes da sociedade. Entre as costureiras havia aquelas que faziam “costuras finas” e que ocupavam lugar de destaque na sociedade e as outras costureiras e também alfaiates que faziam uma costura mais simples, para o dia-a-dia.

Essas “costureiras finas” - termo usado pelas senhoras entrevistadas para designar as profissionais que se dedicavam a confecção de roupas de festas e as para ocasiões mais especiais - ocupavam lugar de destaque, dominante, no campo de produção de moda na cidade.

Ter uma roupa confeccionada por D. Lourdes, D. Aurinha e mais tarde, D. Risoleta, Zu Torres e D. Nair, conferia status à consumidora. Como nos mostra Bourdieu,

A alta costura fornece à classe dominante as marcas simbólicas da classe que são, como se diz, de rigor em todas as cerimônias exclusivas do culto que a classe burguesa se presta a si mesma, através da celebração de sua própria distinção (2004, p. 171-172).²

O consumo de bens de luxo é, portanto, o que deixa transparecer mais claramente os princípios da divisão de classe, caracterizadas como as camadas mais endinheiradas e detentoras de poder, além de introduzir na moda certas divisões secundárias (BOURDIEU, 2004).

O trecho do depoimento de Zinha Torres ao relembrar o tempo em que costurava junto com a irmã Zu Torres corrobora com essa análise:

Aqui era a elite, costurava aqui em casa, nesta mesma casa, desde que a gente mora aqui. [...] E a gente costurava, tinha a festa das Rosas, tinha festa da Primavera, tinha festa dos Namorados, tinha festa de Debutantes, tudo era feito aqui. Tudo. Eram costuras finas.

A magia da grife



Zu e Zinha Torres e noiva com vestido confeccionado por elas.

Na imagem acima podemos observar um vestido confeccionado por Zu Torres e bordado pela sua irmã. Segundo relato de D. Zinha ela levou mais de um mês para bordar o vestido. A qualidade da imagem não permite que observemos com mais detalhes do vestido, mas como descreve D. Zinha,

Esse vestido aqui tinha uma cauda imensa. O bordado dele era ao redor da cauda e tinha um bordado acima da cintura um pouquinho. E ele tinha uma cauda meio oval.³

Sobre o vestido que usava e da irmã diz “o meu vestido era azul e o dela era roxo. O meu era um azul, assim, não turquesa, mais para azul petróleo”, e continua descrevendo: “Essa parte de cima era casa de abelha (referindo-se ao vestido da irmã). E esse meu era bordado com contas da mesma cor”.

A noiva, que D. Zinha não recordava o nome, era de Itapetinga, cidade próxima a Vitória da Conquista. O pai da noiva era fazendeiro e gozava de certo prestígio na região. Encomendar o vestido a uma afamada costureira

conquistense era uma forma de revestir-se da do valor simbólico que estava atrelado ao nome da modista Zu Torres.

A participação na cerimônia de casamento é também um indicativo de que a costureira Zu Torres e sua irmã gozavam do reconhecimento social confirmando a assertiva de Bourdieu (2004) de que as marcas simbólicas refletem a necessidade de distinção tanto o criador quando o cliente/consumidor. As duas irmãs, que se mudaram, junto com sua família, para Vitória da Conquista na segunda metade dos anos 50, passaram a fazer parte da vida da elite social da cidade a partir da consagração de Zu como criadora de moda.

D. Maria Macedo, costureira que se dedicava à camisaria, confirma que Zu Torres era uma referência na época e cita também D. Nair como outra costureira de renome,

Uma costureira antiga daqui, que costurava nessas épocas era D. Nair que hoje mora em Salvador. Ainda costura em Salvador, costura para o exterior hoje. [...] D. Nair, que eu me lembre assim era famosa nessa época.⁴

As mulheres, que não gozavam de uma condição financeira que permitisse contratar os serviços de costureiras particulares, confeccionavam suas próprias roupas ou recorriam a algum familiar que os costurasse. O importante era estar usando o modelo da moda, mesmo que fosse um modelo mais simples, com tecidos menos nobres.

A costura fazia parte do universo feminino, o que permitia que mesmo as que não dominassem totalmente as suas técnicas pudessem confeccionar suas próprias roupas. Isso não significa que todas as moças sabiam costurar, mas sim que as possibilidades de aprendizagem do ofício eram maiores e, mesmo desejável que estas dominassem alguns conhecimentos básicos, como pequenos ajustes, da confecção de um traje.

Segundo Nacif em sua pesquisa sobre a confecção de trajes no Rio de Janeiro, muitas pessoas que se dispunham a costurar não fechavam a ter uma formação aprofundada. “Para alguém habilidoso, bastava desmontar uma peça de vestuário para copiá-las. Com o tempo, a prática proporcionava a segurança necessária para introduzir pequenas modificações no modelo original” (2006, p.56).

A narrativa de algumas mulheres vai ao encontro da afirmação de Nacif (2006) ao declararem que aprenderam a costurar com a mãe ou algum outro familiar. Uma aprendizagem que não se dava uma maneira formal, mas a partir da observação, do convívio cotidiano com o universo da costura.

Uma dessas entrevistadas chama a atenção o depoimento de Marilene Bacelar⁵ que conta que começou a costurar repentinamente. Segundo ela, precisava de um vestido novo para ir ao baile do Clube Social – as matinês aconteciam praticamente todos os domingos e era comum as jovens apresentarem em casa ocasião um modelito novo. Como a mãe não estava em casa e a vizinha não podia costurar resolveu fazer ela mesma o vestido usando outro como molde. A partir desse momento não parou mais de costurar.

Nesse período havia um padrão estético muito rígido que as mulheres buscavam seguir como forma de serem aceitas como membros da elite social. Como afirma Zinha Torres “quem não tinha roupa nova não ia à festa não”. O relato de D. Maria é mesmo sentido:

Não ia. Só ia se estivesse à altura, porque ia chegar e ser humilhada: Oh fulana, você viu a roupa? E também se já tivesse usado a roupa: ih, aquela roupa em tal festa [...]. Tudo isso, era essa cobrança.

As moças de classe menos favorecida muitas vezes deixavam de ir a um evento, justamente, por receio de serem apontadas por estarem usando sempre a mesma roupa, as “domingueiras” como algumas das entrevistadas relatam. As que dominavam a arte da costura usavam seus conhecimentos para reaproveitar peças antigas confeccionar novos trajés ou, simplesmente, costumizando-os.

A magia da grife

Realizou-se no dia 18 deste, o enlace matrimonial do Sr. Ademar Galvão, figura de destaque em nossa sociedade, com a senhorita Márcia Gomes Lapa. [...] Segundo conseguiu apurar esta cronista, a noiva estava deslumbrante num belíssimo vestido, confeccionado numa afamada casa de modas do Rio de Janeiro (Jornal O Conquistense, 26 de setembro de 1959).

A nota descrita acima foi publicada na coluna social do Jornal O Conquistense. O casamento do empresário Ademar Galvão, apontado por muitos como um grande empreendedor, com a jovem Márcia Gomes foi um acontecimento muito comentado na cidade. A cerimônia foi realizada em Salvador, capital do Estado.

Márcia, natural de Itambé, uma pequena cidade próxima a Vitória da Conquista, ingressava na sociedade conquistense e tentava burlar o preconceito da elite da cidade através de artifícios para se distinguir e ser aceita.

Como acontecia na época e ainda hoje, as mulheres que ingressavam na elite social, pelo poder econômico, buscavam no consumo de grifes famosas o capital simbólico que tais marcas conferiam como forma de se distinguir.

O jornal não faz menção, mas a partir dos relatos de algumas mulheres, falam da elegância de Márcia Galvão e do vestido que esta usou no seu casamento, nos dá pistas de que o seu vestido pode ter sido confeccionado na *maison* carioca, Casa Canadá, referencia de moda no país nos anos 1950.

O poder mágico do criador é o capital de autoridade associado a uma posição que não poderá agir se não for mobilizado por uma pessoa autorizada, ou melhor ainda, se não for identificado com uma pessoa e seu carisma, além de ser garantido por uma assinatura (BOURDIEU, 2004, P.154).

Nesse sentido, vestir uma roupa produzida por uma importante casa de modas do Rio de Janeiro é revestir-se da simbologia que a Casa gozava na sociedade da época, se apropriar do carisma da marca como descreve Bourdieu (1983). O valor de um traje feito sob medida, e que carrega o nome de uma grife reconhecida, conferi ao usuário a importância social da marca.

Como pudemos observar os conceitos trabalhados por Bourdieu, em suas investigações sobre a moda, configuram-se como importantes contribuições para compreendermos a dinâmica desse campo, mesmo em se tratando da realidade de uma cidade interiorana.

Notas:

¹Esse texto é parte da minha dissertação de mestrado, ainda não concluída, que tem como título: Costurando moda e memória: uma análise das práticas vestimentares femininas em Vitória da Conquista – Ba em meados do século XX.

²O termo alta costura esta sendo usado aqui, por nós, não no seu sentido original, mas como produção artesanal, que tem uma técnica apurada, e que é destinada à confecção de roupa para momentos especiais. Neste sentido, alta costura adquire o sentido de roupa de qualidade, sob medida.

³Fragmento da entrevista concedida à autora em 20.02.2008. Optamos pela transcrição literal dos depoimentos para preservar a construção da narrativa, pois ao rememorar os indivíduos estão construindo a sua imagem, sua versão dos fatos para si e para os outros. Sobre esse tema ver MEIHY, José Carlos S. B. *Manual de História Oral*. 4 ed. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

⁴Entrevista concedida à autora em 19.01.2008. Segundo D. Maria, D. Nair especializou-se na confecção de vestidos de noivas, madrinhas, ramo ao qual se dedica até hoje. Possui uma loja de tecidos finos e coordena uma equipe de costureiras, que confecciona vestidos exclusivos para a elite baiana.

⁵Entrevista concedida à autora em 15.02.2008.

Referências Bibliográficas:

BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Editora Marco Zero, 1983.

BOURDIEU, Pierre & DELSAUT, Yvette. O costureiro e sua grife: contribuição para uma teoria da magia. *In*: BOURDIEU, Pierre. **A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos**. Tradução: Guilherme F. Teixeira e Maria da Graça J. Setton. 2ª ed. São Paulo: Zouk, 2004. p. 115-190.

CONTIJO, Silvana. **80 anos de moda no Brasil**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.

JOFFILY, Ruth. **O Brasil tem estilo?** Rio de Janeiro: Ed. Senac Nacional, 1999.

MEIHY, José Carlos S. B. **Manual de História Oral**. 4ª ed. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

MIRANDA, E. G.; ALVES, V. S. Vitória da Conquista: da redemocratização (1945) às sucessões municipais de 1950 e 1954. *In*: AGUIAR, E. P. *et al.* **Política: o poder em disputa – Vitória da Conquista e região**. Vitória da Conquista: UESB, 1999. p. 134-162. (Série Memória Conquistense).

NACIF, Maria Cristina V. **Confecção de trajes e mão-de-obra, no Rio de Janeiro, nos primeiros cinquenta anos do século XX**. *In*: VILHAÇA, Nízia; CASTILHO, Kátia(org.). *Plugados na moda*. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2006.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural**. 5ª ed. São Paulo: Brasiliense, 2001.

Juscelina Bárbara Anjos Matos é jornalista, especialista em Memória, História e Historiografia pela Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia - UESB e mestranda do programa em Cultura Visual da Faculdade de Artes Visuais da Universidade Federal de Goiás – FAV/UFG.

Miriam Costa Manso M. Mendonça é doutora em Ciências Sociais – PUC/São Paulo; Mestre em Ciências da Comunicação – ECA-USP. Professora dos cursos de Graduação em Design de Moda e Mestrado em Cultura Visual da Faculdade de Artes Visuais da Universidade Federal de Goiás; Vice-Diretora de FAV/UFG.

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.
This page will not be added after purchasing Win2PDF.