

Entre cortes e costuras: investigações acerca da produção e comercialização da roupa esportiva em Belo Horizonte (1930-1950).

Bicalho da Cunha, Luciana ¹

Resumo

As vestimentas e os equipamentos destinados à prática esportiva estão em todos os momentos relatados e exibidos pelos veículos de comunicação ao se referirem ao cenário esportivo. Suas formas e seus usos estabelecem um código, que por sua vez possibilita a compreensão dos signos sociais relativos ao corpo permeados na cultura da cidade. Porém, antes disso, se encontram os estágios de produção e comercialização desses produtos que também se revelam importantes. Afinal, à medida que esses processos e transformações da indústria e do comércio se inserem e afetam as relações da urbanidade, respingos desse movimento afetarão também as roupas esportivas.

Diante disso, o presente trabalho² tem por objetivo compreender a produção e comercialização das roupas esportivas nas décadas de 1930 e 1940 na cidade de Belo Horizonte (Minas Gerais – Brasil), tendo como fontes as revistas que circularam na capital mineira neste período. Compreender a produção e comercialização dos trajes esportivos, bem como a indústria e o comércio de maneira mais ampla, mostrou-se fundamental para a escrita de uma história da moda esportiva em Belo Horizonte.

Palavras-chave: Roupa esportiva – corpo – indústria - comércio.

¹ Faculdade de Educação Física (FEF)
Universidade Estadual de Campinas (Unicamp)

² Trata-se de um recorte de minha dissertação de mestrado, na qual investigo a configuração da moda esportiva na cidade de Belo Horizonte, indiciando traços de uma educação do corpo a ela associada, tendo como fontes documentos que circularam na cidade no período de 1929 a 1950, especialmente as revistas, mas também dos livros de memória e de documentos iconográficos.

O presente trabalho tem por objetivo compreender a produção e comercialização das roupas esportivas nas décadas de 1930 e 1940 na cidade de Belo Horizonte. Trata-se de um recorte de minha dissertação de mestrado, na qual investigo a configuração da moda esportiva na cidade de Belo Horizonte, indiciando traços de uma educação do corpo a ela associada, tendo como fontes documentos que circularam na cidade no período de 1929 a 1950, especialmente as revistas, mas também dos livros de memória e de documentos iconográficos. Compreender a produção e comercialização dos trajes esportivos, bem como a indústria e o comércio da capital mineira de maneira mais ampla, mostrou-se fundamental para a escrita de uma história da moda esportiva em Belo Horizonte. Afinal, à medida que esses processos e transformações da indústria e do comércio se inserem e afetam as relações da urbanidade, respingos desse movimento afetarão também as roupas esportivas.

As vestimentas e os equipamentos destinados à prática esportiva estão em todos os momentos relatados e exibidos pelos veículos de comunicação ao se referirem ao cenário esportivo. Afinal, sem eles, é praticamente inviabilizada a realização dessas práticas dentro da concepção de esporte moderno. Suas formas e seus usos estabelecem um código, que por sua vez possibilita a compreensão dos signos sociais permeados na cultura da cidade. As imagens veiculadas nas revistas nos apresentam o estágio final desses bens, ou seja, a transformação da roupa pelo corpo e vice-versa e as maneiras com que foram utilizadas, bem como os equipamentos. Porém, antes disso, se encontram os estágios de produção e comercialização desses produtos que também se revelam importantes uma vez que “a revolução urbana do vestuário reflete os sucessivos estágios dessas transformações, em que uma materialidade diferente ajuda a alterar as relações sociais e culturais”³.

O sistema da moda, comumente caracterizado por suas relações e representações sociais, pela distinção e imitação, comporta do mesmo modo

³ Daniel ROCHE, 2007, p.266.

aspectos técnicos e econômicos fundamentais em sua dinâmica, definidores dos produtos a serem postos em circulação. Do estágio inicial de produção do tecido ao estágio final de comercialização da vestimenta pronta, revela-se um processo estruturado e regulado que tem na materialidade do tecido e da roupa, ainda que carregado de códigos da ordem das sensibilidades, seu produto final. Enquanto produtos, os tecidos e as roupas passam por etapas de produção, criação, confecção e comercialização, conferindo-lhes um valor de mercado de acordo com a moda em questão. Não é por acaso que determinados tipos de tecidos e modelos de roupas ficam em voga em determinados locais e tempos. Questões de ordem econômica e comercial incidem diretamente na produção e circulação de padrões sociais, culturais e estéticos associados à vestimenta. Trata-se de um processo de transformação de materiais em produtos de consumo, no caso, de uma peça de tecido em uma vestimenta, mediado por um mercado que produz e estimula necessidades.

Os estudos que tematizam a história da indústria têxtil e de confecções no Brasil concentram suas ações a partir da década de 1950, em sua maioria. É importante ressaltar que, ainda que intimamente ligados, estes dois setores industriais passaram por diferentes processos de organização, desenvolvimento e enraizamento no mercado mineiro e nacional. A indústria têxtil foi por um tempo a base da economia industrial do Brasil. De acordo com Decca (1991) até 1930 os grandes estabelecimentos industriais eram, em geral, do setor têxtil. “Essas grandes fábricas de tecidos dispunham de muito capital e concentravam o maior número de operários, sendo de muita importância no conjunto da atividade industrial no Brasil.”⁴ Situação favorável que se estendeu até o período da 2ª Guerra Mundial.

O impulso dado pela guerra também foi sentido pelas indústrias mineiras de tecidos.⁵ Até os anos de 1940, este setor encontrou boa receptividade,

⁴ Maria Auxiliadora DECCA, 1991, p. 27.

⁵ Sobre estudos relativos à história da indústria mineira de tecidos ver VAZ, Alisson Mascarenhas. *Cia. Cedro e Cachoeira : história de uma empresa familiar: 1883-1987*. Belo Horizonte: Cedro

abrangendo significativo número de estabelecimentos, com relativo aumento do volume de emprego e valor de produção.⁶ A expressiva produção têxtil em Minas Gerais, comparada a outros estados e mesmo a outros produtos industriais dentro do próprio estado, não atesta, necessariamente, uma igualdade de fabricação em escala industrial com equipamentos modernos por todos os estabelecimentos. Pequenas fábricas, instaladas em fazendas, com maquinarias obsoletas e trabalhadores não qualificados, continuam seus trabalhos até finais da década de 1940.

Na interseção do antigo e do novo, a indústria têxtil mineira do início do século XX se consolida como uma das mais importantes do estado. Na capital, para atender a demanda da sua recém formada população, pequenos empreendimentos industriais foram surgindo, entre eles, os de artigos de vestuário em geral. Na década de 1930 é criada a Cia Renascença Industrial, uma fábrica de fios e tecidos finos, que provocou grande impacto na economia local, para além de empregar em sua maioria mulheres. Entre progressos e regressos, a indústria da capital ia se desenvolvendo mas é, em meados da década de 1940, quando o processo de industrialização do país é intensificado que ela é consolidada e, dessa forma, novos códigos culturais passam a ser postos em circulação na sociedade. Esse processo teve como marco a criação da Cidade Industrial, pensada para ser o principal pólo econômico do Estado. O prospecto da

pesquisa brasileira sobre a indústria vestuário que se apresenta sobre as décadas de 1930 e 1940 indicia alguns aspectos fundamentais para a compreensão da produção e circulação das roupas esportivas, mesmo que delas não abordem diretamente. A partir de dados censitários referentes à indústria de vestuário, calçados e artefatos de tecidos e aos grupos que a compõem dos anos de 1920,

Cachoeira, 1990; MUSEU DE ARTE DE BELO HORIZONTE MUSEU DA CIA. CEDRO E CACHOEIRA. *Cultura têxtil nas Minas Gerais*. Belo Horizonte: Prefeitura de Belo Horizonte, 1978.; FUNDAÇÃO 18 DE MARÇO. *A fábrica de tecidos de Machado, 1871-1917*. Belo Horizonte: Mazza: Fundação 18 de Março, 1989. 82p.; VAZ, Alisson Mascarenhas. *A indústria têxtil em Minas Gerais: o papel da família Mascarenhas 1872-1972*. Belo Horizonte: [s.n.], 1976. 333p.

⁶ Banco de Desenvolvimento de Minas Gerais. *A indústria têxtil em Minas Gerais – Condições e Reequipamento*. 1965.

1940, 1950, 1960 e 1970, Alice Abreu (1980) elaborou um panorama representativo dessa indústria no âmbito nacional. Em 1920, a fabricação de roupas propriamente dita abrangia, proporcionalmente, uma porcentagem menor que a de calçados e de chapéus. Dentro desta porcentagem incluíam-se as roupas feitas para mulheres e crianças no grupo das roupas para homens, pois a sua fabricação era de tal maneira incipiente que não justificava seu recenseamento em um grupo a parte. Na década de 1940, o grupo de roupas para mulheres e crianças inaugura-se no censo, mas ainda em proporções bastante inferiores ao grupo de roupas para homens. Tais fatos indicam que até a década de 1940 a confecção de roupas, principalmente femininas, era, em sua grande maioria, realizada por costureiras e alfaiates, em suas casas, ateliês ou lojas de pequeno porte.

Apesar de um crescimento industrial relevante nessas três décadas, a produção de vestimentas continuava a subsistir em grande número nas mãos de alfaiates e costureiras, seja por encomendas individuais ou familiares, seja pela contratação desses artesãos por empresas maiores em um regime de trabalho a domicílio. Diante disso, parece correto afirmar que grande parte das roupas destinadas aos esportes incluíam-se no modo de produção domiciliar ou em pequena escala, uma vez que não há indícios de uma fabricação especializada por parte das grandes indústrias.

A produção e a comercialização dos trajes esportivos integram processos sociais e econômicos que contribuem para a transformação dos indivíduos. A materialidade resultante dos caminhos percorridos, da matéria-prima ao produto final, educa, constrange, ordena gestos e comportamentos. Portanto procurar compreender, ainda que minimamente, as tramas que constituem essa produção de materiais e sentidos, é fundamental para o entendimento de uma educação do corpo pelas roupas. Uma vez que as regras que regem os sistemas econômicos e comerciais conformam, ao mesmo tempo, aspectos da personalidade social urbana.

Promovendo a ligação entre a produção e o consumidor, o comércio, mais especificamente o relativo às vestimentas e tecidos, auxilia a pensar as transformações culturais, sociais e econômicas da cidade, expressando mudanças de hábitos de sua população.⁷ O comércio na capital a partir da década de 1930 viveu um período de crescimento e expansão associado ao processo de industrialização do país. Espaços e ruas se tornaram pontos comerciais e referências espaciais, como a Avenida Afonso Pena, onde se concentrava o comércio elegante e a Avenida Santos Dumont, onde se instalava o comércio popular. A comercialização de tecidos e roupas era, em sua maioria, feita por alfaiatarias e pequenas lojas. No caso dos homens, eles escolhiam o tecido e mandavam confeccionar seus ternos. Já muitas mulheres, quando não faziam igual aos homens, costuravam suas próprias vestes. A partir de meados da década de 1940 muitas lojas expandiram suas vendas, inauguraram novas filiais e grandes redes de outros estados se instalaram na capital mineira, o que acarretou mudanças importantes no comércio e na confecção das roupas. Estes estabelecimentos iniciaram uma popularização do consumo de roupas⁸, seja pela oferta de diferentes tipos de tecidos, dos mais nobres aos mais simples, seja pela oferta de uma “meia-confecção”, em outras palavras, vestimentas já quase prontas que seriam terminadas de acordo com as medidas do cliente. Iniciaram também outras práticas de venda, facilitando o pagamento à crédito para a população em geral, antes exclusivo dos clientes mais próximos.⁹ Uma nova cultura na confecção e comercialização das roupas vai sendo lentamente incorporada à dinâmica urbana. Se os novos tempos exigiam uma aceleração dos ritmos, individual e social, e um aprimoramento da técnica, o mercado das roupas não poderia ficar alheio a essas mudanças. Da mesma forma, o corpo não ficaria alheio aos ditos desta modernização das formas e costumes.

⁷ Belo Horizonte & Comércio: 100 anos de história. Fundação João Pinheiro, 1997.

⁸ Sobre a popularização da moda ver Anthonla FYSKATORIS. O varejo de moda na cidade de São Paulo (1910-1940). São Paulo: PUC. 2006. (Dissertação de Mestrado).

⁹ *Ibid*, p. 26.

Essa expansão do mercado das roupas proporciona uma revolução nas maneiras de se vestir e dos usos e significados dessas roupas, uma vez que na moda a “tendência para a igualização social se une à tendência para a diferença e a diversidade individuais num agir unitário”¹⁰. Nesse complexo processo de “produção e comercialização das aparências”¹¹, as roupas esportivas timidamente vão encontrando seu espaço.

Uma publicidade encontrada nas páginas revisteiras direcionada especificamente para artigos esportivos foi veiculado em 1944 pela revista Minas Tênis. Até então, as publicidades de estabelecimentos de tecidos e roupas não haviam direcionado seu olhar para as roupas esportivas, no máximo, apresentavam indiretamente roupas de banho. Isso ocorria, provavelmente, não pela inexistência de lojas que comercializavam artigos esportivos, mas pelo insípido mercado que eles ainda possuíam. E que agora, com a propulsão do esporte pelos clubes, aos poucos ia ganhando espaço no imaginário da população como um todo.

As roupas, a princípio, utilizadas para as práticas corporais eram pequenas adaptações daquelas usadas no dia a dia e somente as classes mais abastadas consumiam trajes especializados para o esporte. Assim como aconteceu com as grandes redes de comércio têxtil, esses estabelecimentos “facilitaram” o acesso e o consumo das roupas esportivas a maioria da população. Essa lenta inserção e adesão das roupas específicas para a prática esportiva fazia parte de um discurso higiênico e estético sobre um novo estilo de vida que impactava os corpos e os comportamentos dos indivíduos. E a publicidade tinha o papel de seduzir esse público promissor desse mercado em ascensão.

Dos reclames das lojas de tecidos à publicidade das lojas especializadas em artigos esportivos percebe-se a incorporação de novas sensibilidades no ato de se vestir para as práticas corporais e esportivas. A publicidade dá a conhecer não somente que produtos estavam em circulação, mas também nos ajuda a compreender os usos e significados dessa circulação. Não se pode esquecer,

¹⁰ Georg SIMMEL, 2008, p.24.

¹¹ Expressão de Daniel Roche apresentada no livro Cultura das Aparências, 2007.

entretanto, que os sentidos disseminados pela publicidade são permeados de intenções comerciais e de padrões socioculturais desejados. Valendo-se da capacidade da mídia de promover valores e comportamentos, os textos e imagens publicitários racionalizam desejos para perpetuar modelos.

A consagração de todo este processo de produção e comercialização das roupas, entremeado por estratégias econômicas, estéticas e publicitárias, culmina no que chamamos hoje de indústria da moda. Do modelo industrial e comercial de tecidos e vestuários vigente até meados do século XX, artesanal, de pequenas escalas e abrangência praticamente local, ao modelo atual, altamente estruturado, racionalizado e globalizado, transformaram-se modos de produção, assim como padrões de roupa e corpo. As mudanças sociais de um lado, as produtivas e de distribuição de outro, complexificaram o sistema da moda, determinando novos atores e objetos a serem referências estéticas e comportamentais. Ainda sim, pode-se dizer que o que permaneceu da indústria da moda e da moda esportiva é sua capacidade de criar e orientar representações que compõem a moda como código estético dominante.

Fontes

Banco de Desenvolvimento de Minas Gerais. *A indústria têxtil em Minas Gerais – Condições e Reequipamento*. 1965.

Brasil. FIBGE. Censos Industriais de 1920, 1940, 1950, 1960 e 1970

Brasil. FIBGE. Censo Industrial de 1940

Departamento Econômico da Confederação Nacional da Indústria. *A indústria têxtil brasileira*. 1950.

Revista Comercial de Minas Gerais, n. 42, 1941

Revista Minas Tênis, ano I, n.3, 1944

Revista da Produção de Minas Gerais, ano I, n. 2, 1937, p.49

Revista Olímpica, ano I, n. 2, 1949

Referências Bibliográficas

ABREU, Alice Rangel de Paiva. *O trabalho industrial a domicilio na indústria de confecção*. São Paulo: USP, 1980. (Doutorado em Ciências Sociais)

Belo Horizonte & Comércio: 100 anos de história. Fundação João Pinheiro. Centro de Estudos Históricos e Culturais. Belo Horizonte, 2007.

DECCA, Maria Auxiliadora. *Indústria, trabalho e cotidiano: Brasil, 1880 a 1990*. São Paulo: Atual, 1991.

GIUSTI, Nicoletta. A indústria da moda nos estudos organizacionais: mitos, equívocos e perspectivas de pesquisa. In: SORCINELLI, Paolo (org.). *Estudar a moda: corpos, vestuários, estratégias*. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2008.

IGLESIAS, Francisco. *Breve história econômica de Minas Gerais*. s/d.

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

SIMMEL, Georg. *Filosofia da moda e outros escritos*. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2008.