

## OFÍCIO DE ALFAIATE: DE ANÚNCIOS EM JORNAIS À PERDA DA RELEVÂNCIA DA PROFISSÃO

*Tailoring: from advertisement in newspapers to the loss of relevance of the profession*

Pereira, Juliana; Graduada; UDESC, juliana.azevedopereira@gmail.com<sup>1</sup>

Sant'Anna, Mara Rúbia; PhD; UDESC, sant.anna.udesc@gmail.com<sup>2</sup>

Grupo de pesquisa “Moda, Artes, Ensino e Sociedade”<sup>3</sup>

**Resumo:** O presente artigo consiste na discussão acerca da relação entre o ofício de alfaiate em Manaus e o contexto da cidade no período de 1910-1925, tempo em que esses profissionais eram imprescindíveis. A partir de uma pesquisa documental sobre este ofício, no Jornal do Commercio (AM), observou-se que grande número de anúncios de alfaiatarias foram regredindo gradualmente, conforme a decadência do Ciclo da Borracha.

**Palavras-chaves:** Ofício de alfaiate; Ciclo da Borracha; Anúncios.

**Abstract:** This article consists of a discussion about the relationship between the trade of tailoring in Manaus and the context of the city in the period 1910-1925, a time when these professionals were essential. Based on a documentary research on this trade, in Jornal do Commercio (AM), it was observed that a large number of tailoring advertisements gradually regressed, as the Rubber Cycle declined.

**Keywords:** Tailorin; Rubber Cycle; Advertisement.

### 1 Introdução

A alfaiataria, ofício manual que demanda muito tempo e prática para o aprendizado das técnicas que tornam cada peça de roupa única, vem cada vez mais sendo deixada de lado. No campo da memória ficam as histórias destes profissionais de grande admiração e respeito, que marcaram diversos períodos com o trabalho minucioso e individualizado.

---

<sup>1</sup> Graduada do curso de Bacharelado em Moda e bolsista de Iniciação Científica do Laboratório Moda, Artes, Ensino e Sociedade (LabMAES) da Universidade do Estado de Santa Catarina.

<sup>2</sup> Doutora em História pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, pós-doutora em História pela Université de Strasbourg, pós-doutorado em Artes Visuais pela Universidade Federal do Rio de Janeiro e professora efetiva da Universidade do Estado de Santa Catarina.

<sup>3</sup> Grupo de pesquisa liderado por Mara Rúbia Sant'Anna.

Contudo, a perfeição envolvida na profissão do alfaiate era um produto de muita prática e estudo, por conta disso, levavam anos para aprender a técnica e se especializar. De acordo com Juliana Barbosa (2016), levavam no mínimo três anos para que os aprendizes pudessem se formar, dependendo também se o mestre estava disposto a ensinar, pois o processo de ensino era baseado na observação e prática.

A formação se dava muitas vezes por meio de uma escala hierárquica, como Juliana Barbosa (2016) caracteriza, os meninos iniciavam no ramo como aprendizes e poderiam subir nesta escala, podendo chegar a se tornarem mestres alfaiates. Esta escala, de acordo com a autora, se divide de forma crescente em: aprendizes de alfaiate; oficiais da confecção do paletó: oficial acabador, oficial calceiro, camiseiro e oficial buteiro; e mestre alfaiate.

Este processo lento de formação e o longo tempo para se fazer uma roupa contribuíram para que as técnicas fossem deixadas de lado e aos poucos substituídas pela indústria do *ready to wear* (pronto para vestir). Apesar de a indústria produzir peças parecidas ao trabalho dos mestres artesãos, não havia o mesmo padrão de qualidade, o corte personalizado e os detalhes cheios de valor, que estavam inseridos nas etapas do trabalho dos verdadeiros alfaiates (BARBOSA, 2016). Nesse contexto, Maria Izabel Silva e Bernadete Aued citam que os alfaiates “eram verdadeiros artistas, com extrema habilidade manual transformavam tecidos em peças de arte, as quais adaptavam aos mais variados tipos físicos de seus clientes (...)” (SILVA; AUED, 2005, p.3). A profissão de alfaiate tinha um grande prestígio e seus serviços eram amplamente divulgados em jornais, como no Jornal do Comercio (AM), em Manaus, no período de 1910-1925 local e momento escolhidos para a pesquisa.

Este artigo é resultado do projeto de pesquisa interinstitucional, em andamento, “Escolas de Artes e Ofícios no Brasil: história, propostas formativas e continuidades na formação do Bacharelado em Design de Moda”. Coordenado pela professora Mara Rúbia Sant’Anna, o projeto conta com a participação de mais 18 pesquisadores<sup>4</sup>. Em busca por estudar a respeito da relação entre o ofício de alfaiate em Manaus e o contexto da cidade

---

<sup>4</sup> Entre os pesquisadores estão: Geraldo Lima, Jaqueline Ferreira, Maristela Novaes, Rita Andrade, Joana Bosak, Maria de Jesus Farias Medeiros, Eloize Navalon, Renata Pitombo, Renato Riffel, Renata Leahy, Darlan Jevaer Schmitt, Susanne Pinheiro, Maria de Fatima Mattos, Jair Soares Junior, Alexandre Guimarães, Emanuelle Kelly da Silva, Ana Carolina Acom e Carolina Grippa.

no período de 1910-1925, pesquisou-se inicialmente sobre este ofício no Jornal do Commercio (AM), analisando os anúncios e a quantidade desses. Dessa forma, o artigo está organizado em: Sociedade manauara de 1910 a 1925 e Ofício de alfaiate em anúncios de jornal.

## 2 Sociedade manauara de 1910 a 1925

De 1910 a 1913 o Amazonas aproveitava dos últimos anos de grande apogeu, vindos a partir do período compreendido como Primeiro Ciclo da Borracha (1870-1915). Explorada pelos seringueiros<sup>5</sup>, na região amazônica, a borracha silvestre, provinda da seringueira<sup>6</sup> (*Hevea Brasiliensis*), gerou um ciclo econômico que alterou as estruturas urbanas e sociais de Belém (PA) e Manaus (AM). A região amazônica, como uma das principais e maiores produtoras, exploradoras e exportadoras de látex, desta época, rapidamente transformou-se em um grande polo, deu-se início assim à Belle Époque<sup>7</sup> (SILVA, 2016).

Com a Belle Époque, Jarlison Augusto Silva (2016) afirma que vieram as modificações nos traços arquitetônicos, comportamentais, educacionais e socioeconômicos na região norte. Pode-se dizer que nesta época, a cidade de Manaus apreciou o conceito de modernidade, com as transformações em praças, avenidas e costumes ao estilo europeu, em especial francês, tornando para alguns, como dito por João Luiz de Souza (2013, p. 29), “um posto de importação e exportação; para outros, era algo inusitado”.

Como “produto do progresso”, houve também a “implementação de rede de esgotos, iluminação elétrica, bondes e telégrafo” (SILVA, 2016, p. 157). Juntamente com esse desenvolvimento urbano, além da segregação entre as classes sociais, apresentou-se ao final da década de 1910 o crescimento populacional da região (SILVA, 2016).

---

<sup>5</sup> Contratados por um aviador, eram migrantes nordestinos, geralmente homens, jovens, adultos e solteiros, que estavam fugindo da grande seca nordestina de 1870-80, e em busca por gerar fortuna viam uma oportunidade em trabalhar na empresa extrativista da borracha. Como afirma Jarlison Augusto Silva, p.150: “a ida ao Amazonas não era tida como algo permanente, e sim uma maneira de fazer fortuna e depois retornar para o sertão e à família”.

<sup>6</sup> Árvore produtora de látex.

<sup>7</sup> Período entre 1870 e 1913, proveniente da riqueza que se deu na região a partir da extração e comercialização do látex (SILVA, 2019).

Apesar do rápido crescimento econômico, logo veio a decadência da borracha, a partir do contrabando de sementes da *heveas brasiliensis*, em 1876, por ingleses. As sementes foram levadas às colônias asiáticas e lá foi implantado um sistema racional<sup>8</sup> de plantio e colheita. Por conta disso, houve aumento da oferta da borracha na Ásia em 1910 a 1915, causando, em 1912, o barateamento dos preços da borracha da Amazônia e, conseqüentemente, um grande índice de falência na região (PAULA, 1982).

Por mais que a produção e comercialização da borracha tenha começado bem antes do contrabando das sementes da *heveas brasiliensis*, a produção asiática rapidamente superou a brasileira. Entre os motivos, João Antonio de Paula (1982) destaca as precárias condições de extração do látex, ocasionando a baixa produtividade do trabalho. E, Jarlison Augusto Silva (2016, p.152) argumenta que enquanto na Ásia havia uma exploração racional, onde as sementes foram plantadas em terrenos limpos, na Amazônia “o produto era coletado no meio da mata”.

A “época de ouro”, proporcionou além da transformação da parte urbana da cidade, a criação do Teatro Amazonas<sup>9</sup> e da Escola de Aprendizes Artífices, local de ensino primário e profissionalizante de grande importância tanto para a época pesquisada, quanto para a atualidade, chamando-se hoje Instituto Federal do Amazonas (IFAM).

### 3 Ofício de alfaiate em anúncios de jornal

À procura por entender a relação entre o ofício de alfaiate em Manaus e o contexto da cidade no período de 1910-1925, final da “época de ouro” ou “Belle Époque”, vindos com o auge do ciclo da borracha, decidiu-se fazer uma análise sobre esse ofício em anúncios do Jornal do Commercio (AM).

Com anúncios diários e semanais, as divulgações feitas nos jornais eram cheias de ofertas, em sua grande maioria. A mensagem era clara, pois desejava-se tornar a alfaiataria conhecida, oferecendo serviços com garantia, perfeição e com sortimentos de última moda. Dito isso, no período de 1910 a 1925 foi possível perceber tais características nas seguintes alfaiatarias: POLI & Ca; Grande Alfaiataria Ramalho;

---

<sup>8</sup> O sistema de cultivo racional consiste no uso das terras para plantio sem comprometer sua capacidade produtiva, fazendo a manutenção constante do solo. Isso proporciona o cultivo de alta escala e qualidade.

<sup>9</sup> Inaugurado em 1896, o teatro é um Patrimônio Histórico Nacional, que com sua arquitetura mantém viva histórias do ciclo da borracha.

Elegancia da Moda de J. Gonçalves Lima; 22 de Setembro de Francisco Bezerra & Irmão; Grande Alfaiataria Colombo; Maison Chic; SERRANO & Ca; J. Nunes Corrêa & C.<sup>a</sup>; Aux 100.00 Paletots; Civil e Militar; Grande alfaiataria Tenreiro; Alfaiataria Central de Cota & Gama; As duas Nações; Sportiva; As Duas Thesouras e Alfaiataria Simões.

O fenômeno da moda na cidade de Manaus acontecia assim como nas outras cidades do mundo. O que estava nas famosas vitrines em boutiques da Europa logo viravam influência no Brasil, pois via-se o continente europeu como moderno e elegante, portanto, desejava-se vestir como as damas e os cavalheiros europeus. Dessa forma, almejando satisfazer o desejo dos fregueses pelo novo, alfaiates como: Angelo Biondin, da alfaiataria Serrano & Ca e Saverio Cosentino, da Alfaiataria Poli & Ca, viajaram à Europa para obter conhecimento da última moda. O retorno à capital amazonense era noticiado no jornal por tais alfaiatarias, juntamente com a oferta do serviço auto caracterizado como perfeito e moderno. A respeito disso, João Luiz de Souza (2013, p.15) argumenta que:

A moda usada por homens e mulheres em Manaus e na Amazônia sofria algumas alterações em tecidos e desenhos devido à escassez de mão-de-obra dos ateliês instalados na cidade. Mas nem por isso deixamos de *cultuar* a moda usada em Paris e Londres.

Em razão desta constante busca por vestir-se como os europeus, a maioria das alfaiatarias noticiava o recebimento de tecidos para a confecção de peças clássicas, como a casimira inglesa, tecido bastante anunciado durante esses anos. Geralmente utilizado para a confecção de casacos, calças e ternos, o tecido exigia bastante habilidade e prática no corte para compor o vestuário da elite masculina. Apesar de os alfaiates também confeccionarem peças para o vestuário feminino, os anúncios de alfaiatarias voltavam-se em boa parte para público masculino, e os anúncios de modistas para o feminino.

Segundo João Luiz de Souza (2013) a vestimenta que caracterizava os homens da Belle Époque, homens de grande importância para o meio social, priorizava destacar o progresso da industrialização por meio de vestimentas de fácil locomoção, como o uso de calças e eventuais bainhas inglesas. Para compor o vestuário destes homens, objetos como: bengala, relógio, luvas e chapéus também eram utilizados para representar poder. Dessa forma, em anúncios fica evidente que as alfaiatarias procuravam mostrar representações de modernidade não apenas com textos, mas também com ilustrações das

peças vestidas ou com fotografias destas, como é o caso no anúncio feito pela Grande Alfaiataria Colombo (Jornal do Commercio/ AM, ed. 03062 (2), 1912) e Alfaiataria de Serrano & Hilario (Jornal do Commercio/ AM, ed. 04198 (1), 1916)<sup>10</sup>.

A modernidade vinda com o período da borracha era caracterizada nas roupas confeccionadas pelos estimados artesãos. Encomendar uma peça feita sob medida era luxo, e encomendar de grandes alfaiatarias, como é o caso das Grande Alfaiataria Colombo e Alfaiataria de Serrano & Hilario, as quais possuíam sortimentos da Europa, representava grande poder. Por isso que as grandes alfaiatarias, com renomados artesãos, não precisavam sempre produzir anúncios com texto e imagem para chamar a atenção dos clientes.

Com a crise da borracha, observou-se a partir de 1913, o estilo e a quantidade dos anúncios de algumas alfaiatarias mudaram, passando a ocupar somente um pequeno espaço do jornal e a tratar sobre: mudança de endereço da alfaiataria, redução de preços, fechamento de alfaiataria; leilão de materiais e divulgação de sortimentos europeus para elite manauara. Apesar desta redução de anúncios, eles continuaram a ser publicados com regularidade, fato que mudou após 1925.

#### 4 Considerações finais

A modernidade atingiu Manaus no final do século XIX e com ela surgiu a Belle Époque. A Europa, referência em cultura nesta época, torna-se a principal influência na capital amazonense, alterando a moda e costumes da elite manauara. Neste molde da sociedade, os alfaiates, respeitáveis profissionais, tiveram um papel fundamental. Bastante requisitados pela elite, buscavam juntar ao nome da alfaiataria na qual trabalhavam referências da moda europeia, ao viajarem para o exterior. Essa era uma característica que diferenciava um alfaiate de outro e, conseqüentemente, uma alfaiataria de outra.

---

<sup>10</sup> Os referidos anúncios se encontram em [http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=170054\\_01&pesq=alfaiataria&pagfis=14535](http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=170054_01&pesq=alfaiataria&pagfis=14535) e [http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=170054\\_01&pesq=alfaiataria&pagfis=21161](http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=170054_01&pesq=alfaiataria&pagfis=21161), respectivamente.

Na época de 1910 a 1925, notou-se no Jornal do Commercio (AM), um considerável número de alfaiatarias fazendo anúncios sobre os serviços oferecidos, caracterizando-os como sendo “perfeitos”, com os melhores tecidos e os mais detalhados acabamentos. Diante a uma época de crescimento econômico, ainda que no final dela, a prioridade da sociedade estava em desfrutar da modernidade, participando de concertos em teatros e principalmente acumulando olhares para si, em razão das vestimentas utilizadas, fortalecendo assim a posição social que ocupavam.

Os resultados obtidos pela pesquisa em anúncios mostraram que o contexto econômico da sociedade manauara refletiu significativamente no ofício do alfaiate. Durante o momento de prosperidade no ciclo da Borracha, mesmo que em seus últimos anos, a grande quantidade de anúncios de alfaiatarias chamou a atenção. Indo em contramão ao clima de crescimento econômico, os resultados da decadência do ciclo da Borracha refletiram na diminuição de anúncios desses ofícios.

Dito isso, com a pesquisa nos anúncios acerca do ofício de alfaiate em Manaus, no Jornal do Commercio (AM), torna-se clara a visão de que o Ciclo da Borracha levou progresso à cidade, e ao mesmo tempo tornou-a dependente economicamente do comércio da matéria prima. A crise, que se deu com o final do Ciclo, caracteriza isso, podendo-se observar que o ofício de alfaiate, antes imprescindível, sofreu os efeitos das alterações econômicas e costumes da época, e acabou perdendo seu grande prestígio.

## Referências

BARBOSA, Juliana. **A alfaiataria e sua particular transmissão de ensino**. Actas de Diseño, Argentina, vol. 21, pp. 165-168, 2016. Acesso em: 01 de fev. de 2021.

JORNAL do Commercio (AM) – 1905-1979. Disponível em: <<http://memoria.bn.br/>>. Acesso em: 3 maio 2021.

PAULA, João Antonio de. Notas Sobre a Economia da Borracha no Brasil. **Estudos Econômicos**, p. 63-93, 1982. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/268340239.pdf>. Acesso em: 8 maio 2021.

SILVA, Maria Izabel; AUED, Bernardete. **Alfaiates imprescindíveis**. EXTENSIO: Revista Eletrônica de Extensão, ed. 3, p. 3-39, 2005. Disponível em:

<https://periodicos.ufsc.br/index.php/extensio/article/view/5512/4971>. Acesso em: 1 de fev. 2021.

SILVA, Jarlison Augusto (org.). História do Amazonas. *In*: História do Amazonas. Manaus, 2016. cap. **A Belle Époque Amazônica: Apogeu da economia gomífera e a transformação das cidades do norte**, p. 149-162.

SOUZA, João Luiz. **Mudanças de hábitos no imaginário Amazônico**: moda, a influência cultural francesa em Manaus entre os séculos XIX e XX. Orientador: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Marilene Corrêa da Silva Freitas. 2013. 245 p. Tese (Doutorado em Sociedade e Cultura na Amazônia) - Universidade Federal do Amazonas, Manaus, 2013. Disponível em: <https://tede.ufam.edu.br/bitstream/tede/5001/2/Tese%20-%20Jo%c3%a3o%20Luiz%20de%20Souza.pdf>. Acesso em: 5 abr. 2021.