



UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR
Engenharia

Alfaiataria na contemporaneidade Alfaiataria Artesanal e Alfaiataria Industrial um estudo caso

Benilde Mendes dos Reis

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em
Design de Moda
(2º ciclo de estudos)

Orientador: Prof.^a Dr.^a Maria Madalena Pereira
Coorientadora: Prof.^a Dr.^a Catarina Moura

Covilhã, Outubro de 2013

Este trabalho não se encontra redigido de acordo com as normas do Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa entrado em vigor em Janeiro de 2009, ao abrigo do período de transição que permite que, até 2015, possa aplicar-se a grafia prévia ao referido Acordo.

Ao Ricardo namorado, companheiro e amigo que me acompanhou
e apoiou nas alegrias e desânimos durante todo este percurso.

Aos meus pais e ao meu mano, sem os quais não seria aquilo que sou hoje.

Agradecimentos

Durante este importante percurso, quer académico quer nesta recta final e no desenvolvimento deste trabalho, várias pessoas e entidades contribuíram directa ou indirectamente para a sua realização e às quais desejo apresentar as meus sinceros agradecimentos.

Em primeiro lugar gostaria de prestar um agradecimento especial à minha Orientadora e à Co-Orientadora da dissertação respectivamente, Professora Doutora Maria Madalena da Rocha Pereira e a Professora Doutora Catarina Isabel Grácio de Moura por toda a compreensão, apoio e disponibilidade prestados na orientação da dissertação. Agracio todo o apoio e disponibilidade dado pelo alfaiate Paulo Batista e à empresa Twintex e aos seus colaboradores sem os quais não seria possível a concretização deste trabalho.

Acima de tudo, não poderia deixar passar a oportunidade de agradecer o apoio a todos os funcionários e docentes Departamento de Ciência e Tecnologia Têxteis, que durante este meu percurso académico, foi com a sua experiência que me ajudaram a crescer quer a nível pessoal ou profissional. Quero agradecer às minhas colegas de curso e todas as pessoas, pela amizade e que me apoiaram nas etapas da vida académica, pois também elas fizeram parte do meu crescimento.

Quero agradecer em especial ao meu avô, o qual perdi durante este percurso académico e do qual eu não tive a oportunidade de me despedir, agracio-te pela educação, o respeito e o convívio que me deste e proporcionaste.

A todos, um muito Obrigado.

Resumo

Inicialmente, o vestuário foi simplesmente uma forma de cobrir o corpo. Embora tenha começado como uma solução prática para um conjunto de necessidades físicas e simbólicas, rapidamente se tornou perceptível para alguns que poderiam rentabilizar essa necessidade simultaneamente individual e colectiva, fazendo esse trabalho para outros de modo a que as pessoas não o tivessem que fazer por si mesmas.

Essas pessoas então começaram a pagar em moeda por receber esses bens ou serviços, nascendo assim os alfaiates. “O conhecimento e a arte da alfaiataria, do corte e costura do tecido - os dois aspectos básicos da construção de um padrão de roupas - desenvolveu-se gradualmente na Europa entre os séculos XII e XIV.” (BOYER, 1996)

Esta dissertação pretende explorar, questionar e analisar as diferenças entre alfaiataria artesanal e alfaiataria industrial. A crescente preocupação com o facto de a alfaiataria artesanal estar em vias de extinção fez com que, numa primeira abordagem, fosse considerada uma pesquisa da evolução do vestuário masculino, pois esta evoluiu ao lado da alfaiataria artesanal e industrial até aos dias de hoje.

Concluimos que existe espaço no mercado para estas duas potências de vestuário, cada uma com as suas características e particularidades, de forma a poderem coexistir ao mesmo tempo sem uma prejudicar a outra.

Palavras-chave

Vestuário masculino, alfaiataria artesanal, alfaiataria industrial, modelagem.

Abstract

Initially, clothing was mostly a way to cover the human body. Although it began as a practical solution to a set of physical and symbolical needs, it rapidly became clear to some that it was possible to profit from that simultaneously individual and collective necessity, making that work for others, so that they wouldn't need to do it themselves.

When these people started charging for those goods and services, tailors were born. "The knowledge and the art of tailoring, cutting and sewing the fabric - the two basic features when building a clothing pattern - developed gradually over Europe between the 12th and the 14th Centuries." (BOYER, 1996)

This dissertation aims to explore, question and analyse the differences between handmade and industrial tailoring. The growing worry with the fact that handmade tailoring may be disappearing was our motivation to research the evolution of menswear, since it developed side by side with both handmade and industrial tailoring through times and to our days.

We conclude that there is a market for both of these clothing options, each with their own specific characteristics, allowing them to coexist without harming each other.

Keywords

Menswear, handmade tailoring, manufacturing tailoring, modeling.

Índice

Agradecimentos	v
Resumo	vii
Abstract.....	ix
Lista de Figuras.....	xv
Lista de Tabelas.....	xvii
Lista de Acrónimos.....	xix
Introdução.....	1
1. Enquadramento do trabalho	3
2. Objectivos	3
3. Metodologia adoptada	4
4. Estrutura	4
Capítulo 1 - O percurso da indumentária masculina	5
1.1 Povos na antiguidade	7
1.1.1 Egipcios.....	7
1.1.2 Gregos	8
1.1.3 Romanos.....	9
1.2 Idade Média Séculos XI a XV	9
1.3 Renascimento.....	13
1.4 Século XVII	15
1.5 Século XVIII.....	16
1.6 Século XIX	17
1.7 Século XX	19
1.7.1 O fato	20
1.7.2 Trabalhador Soldado	21
1.7.3 Artista e Restaurador	22
1.7.4 Roupas de desporto e outras influências até ao início do século XX	23
Capítulo 2 - Alfaiataria	29
2.1 Alfaiataria Artesanal	31
2.1.1 História da alfaiataria	31
2.1.2 História da alfaiataria em Portugal	32
2.2 A alfaiataria.....	35
2.2.1 Descrição dos alfaiates	37
2.2.2 Os clientes	38
2.2.3 A alfaiataria em Savile Row	40

2.2.4 Alfaiataria em Itália	42
2.2.5 Termos utilizados na alfaiataria	43
2.3 Alfaiataria Industrial	45
2.3.1 Revolução Indústrial e o pronto-a-vestir	45
2.3.2 Segmentação do mercado	46
2.3.3 Estruturas de uma empresa de vestuário	46
2.3.4 A hierarquia na industria	47
2.3.5 <i>Fast Fashion</i>	48
Capítulo 3 - Componentes da Alfaiataria	51
3.1 Modelagem	53
3.1.1 Contexto histórico.....	53
3.1.2 Definição de modelagem.....	55
3.1.3 Modelagem bidimensional	55
3.1.3.1 Modelagem CAD	56
3.1.4 Modelagem tridimensional.....	57
3.2 Graduação.....	60
3.2.1 Definição.....	60
3.2.2 A importancia da graduação na modelagem	60
3.2.3 Medição e mapeamento	61
3.2.4 Tamanhos-padrão	62
3.3 Tecidos	62
3.3.1 Matérias-primas.....	62
3.3.2 Tecidos mais comuns na alfaiataria	64
3.4 Lã Merino	66
3.4.1 Características da lã Merino	66
3.4.2 Merino nos fato de homem	68
3.5 Materiais subsidiários	69
3.6 Em síntese	70
Capítulo 4 - Alfaiataria artesanal e alfaiataria industrial um estudo de caso	71
4.1 Metodologia	73
4.2 Breve estudo do blazer	73

4.2.1 Construção de um blazer	74
4.3 O alfaiate e a industria	79
4.3.1 Alfaiate	79
4.3.2 TWINTEX	81
4.4 Respostas ao questionário	82
4.4.1 Análise dos resultados	87
Capítulo 5 - Conclusões	89
5.1 Considerações finais	91
5.2 Projecções futuras	92
Bibliografia	93
Anexos	95

Lista de Figuras

- Figura 1.1 - Quitão masculino longo com cinto
- Figura 1.2 - Iluminura que representa a hierarquia medieval
- Figura 1.3 - *Pourpoint* de Charles of Blois, 1367
- Figura 1.4 - Poullaines do século XV, Museum of fine Art of Boston
- Figura 1.5 - Henry III, indumentária comum no Renascimento
- Figura 1.6 - Exemplo de um molde de um gibão espanhol
- Figura 1.7 - Exemplo as calças masculinas em 1808, em *Kensington Garden*
- Figura 1.8 - Beau Brummel 1805
- Figura 1.9 - Exemplo de vários tipos de casacos do vestuário masculino formal
- Figura 1.10 - Cary Grant no filme “People will talk” em 1951
- Figura 1.11 - Exemplo da indumentária masculina no desporto no início do século XX
- Figura 1.12 - Marlon Brando no filme “The wild one” em 1953.
- Figura 1.13 - Jimi Hendrix foi um marco na “revolução pavão”
- Figura 1.14 - Os Sex Pistols são uma banda que marcaram a década de 70 com o seu estilo punk
- Figura 2.1 - Alfaiataria portuguesa por volta de 1920
- Figura 2.2 - Blazer desenhado em tecido, fase antes de passar ao corte
- Figura 2.3 - A hierarquia da alfaiataria
- Figura 2.4 - um exemplo de personalização de um blazer para um cliente, realizado pelo alfaiate Paulo Batista
- Figura 2.5 - Cavalheiro às compras na rua de Savile Row
- Figura 2.6 - Loja de Henry Pool & Co, na rua de Savile Row, em Londres
- Figura 2.7 - Exemplo de um fato de corte inglês
- Figura 2.8 - Exemplo de um fato de corte italiano
- Figura 2.9 - Loja Brioni em Itália
- Figura 2.10 - Organigrama da empresa Twintex facultada pela própria empresa
- Figura 2.11 - Imagem do vídeo ilustrativo e explicativo do *fast fashion*
- Figura 2.12 - Imagem do vídeo ilustrativo e explicativo do *fast fashion*
- Figura 3.1 - Molde de um casaco de 1794
- Figura 3.2 - Exemplo de uma tabela de medidas masculina actual
- Figura 3.3 - Exemplo de um livro que explica como fazer um molde bidimensional
- Figura 3.4 - Programa Modaris, exemplo em que cada material corresponde a um determinado material
- Figura 3.5 - David Teboula a executar drapping para a marca Yves St Laurent
- Figura 3.6 - Programa Modaris, exemplo de uma calça graduada, onde o azul corresponde ao tamanho base e as linhas de outras cores aos vários tamanhos que a calça poderá ter.

Figura 3.7 - Exemplo, de uma marca real, de uma tabela de medidas masculina, com as evoluções de tamanho para tamanho. Cada medida corresponde a uma zona do corpo e consequentemente a um tamanho.

Figura 3.8 - Tecido risca de giz

Figura 3.9 - Tecido olho-de-perdiz

Figura 3.10 - Tecido espinha de peixe

Figura 3.11 - Tecido Príncipe de Gales

Figura 3.12 - Campanha da *Cool Wool* “*When it's hot it's not*”

Figura 4.1 - Blazer *Double-breasted* Clássico

Figura 4.2 - Cliente do alfaiate Paulo Batista, durante um das provas do fato

Figura 4.3 - Lado esquerdo: blazer construído com crina na totalidade. Lado direito: blazer construído com metade da crina

Figura 4.4 - Ilustração que mostra o processo de construção de um casaco com entretela

Figura 4.5 - Alfaiate Paulo Batista a trabalhar no seu atelier

Figura 4.6 - Alfaiate Paulo Batista com um dos seus estimados clientes, Manuel Luís Goucha

Figura 4.7 - A empresa Twintex na actualidade

Lista de Tabelas

Tabela 3.1 - Exemplo da relação entre cores e materiais

Tabela 3.2 - comparação estabelecida entre as duas técnicas de modelagem

Tabela 3.3 - Fases do desenvolvimento da modelagem plana industrial

Tabela 3.4 - características principais da lã Merino

Tabela 4.1 - As fases da construção de um blazer

Tabela 4.2 - Perguntas e respostas na Alfaiataria Artesanal e na Alfaiataria Industrial

Lista de Acrónimos

CAD	Computer-aided Design
CAM	Computer-aided Manufacturing

Introdução

1. Enquadramento do trabalho

O alfaiate diferencia-se da produção em massa, constituindo assim uma personagem que estabelece a comunicação com o público e satisfaz as suas necessidades, tanto funcionais como estéticas, expressando valores, status e personalidade por meio da indumentária.

Devido à crescente preocupação de alfaiataria artesanal poder estar em extinção, esta foi uma motivação para este estudo. Incorporando posteriormente a alfaiataria industrial, pois o pronto-a-vestir é um rival directo à alfaiataria artesanal.

A modelagem é uma componente fundamental nestas duas potências de vestuário, no entanto além de estas terem as suas próprias diferenças, a modelagem irá proceder-se também de forma diferente.

A lã Merino, é uma fibra que transformada em tecido que torna-se bastante versátil. Esta é de fonte natural, biodegradável e renovável. Além de sustentabilidade, o vestir de uma peça de lã Merino é fundamental, esta é essencialmente confortável transpondo-se também para a estética, de forma a proporcionar um fato elegante de bom aspecto.

2. Objectivos

- Entender o percurso do vestuário masculino, e o modo como essa evolução se reflecte na indumentária masculina nos dias de hoje;
- Detectar e analisar as diferenças a alfaiataria artesanal e a alfaiataria industrial;
- Identificar as componentes da alfaiataria e de que forma esta contribui para a alfaiataria quer artesanal quer industrial;
- Delimitar as fases de construção de um blazer;
- Averiguar se existe espaço no mercado para a alfaiataria artesanal e industrial.

3. Metodologia adoptada

Este trabalho desenvolveu-se em diversas fases algumas das quais decorreram em simultâneo.

1. Pesquisa da evolução do vestuário masculino;
2. Pesquisa da alfaiataria artesanal e da alfaiataria industrial;
3. Pesquisa e identificação das componentes da alfaiataria;
4. Estudo da construção de um blazer;
5. Estudo caso de um alfaiate e de uma fábrica de vestuário;

A pesquisa acerca da evolução do vestuário masculino permitiu entender algumas das fases que foram necessárias para a construção de uma indumentária contemporânea que, nos dias de hoje, podemos contemplar.

A pesquisa acerca da alfaiataria artesanal e da alfaiataria contemporânea permitiu entender algumas das diferenças entre as duas, o que complementou as minhas considerações finais.

A pesquisa acerca das componentes da alfaiataria permitiu identificar os elementos necessários quer para a alfaiataria artesanal quer para a indústria.

O estudo da construção do blazer permitiu identificar as fases pelas quais o blazer tem de passar até chegar a um produto final, quer este seja artesanal ou industrial.

O estudo caso entre um alfaiate e uma fábrica de vestuário permitiu identificar as suas diferenças de forma a reconhecer se há ou não espaço no mercado para a alfaiataria artesanal e para a alfaiataria industrial em simultâneo.

4. Estrutura

Este documento está organizado devidamente por cinco capítulos.

No primeiro capítulo descreve-se a evolução e o desenvolvimento do vestuário masculino, ao longo do tempo, desde os povos da antiguidade, até à década de 90.

O segundo capítulo aborda a alfaiataria artesanal, a alfaiataria industrial e a sua história.

No terceiro capítulo encontram-se as componentes da alfaiataria, a modelagem e os tecidos, focando-se posteriormente na lã Merino.

No quarto capítulo encontram-se o estudo caso, a identificação das fases de construção de um blazer, as entidades inquiridas e a análise de resultados do estudo caso.

O quinto e último capítulo descrevem-se as conclusões finais e as projecções futuras.

Capítulo 1 - O percurso da indumentária masculina

Inicialmente o homem teve necessidade de cobrir e proteger o seu corpo. Foi algo que começou por ser uma necessidade prática, e que se tornou, hoje em dia, numa das maiores indústrias económicas.

James Laver (1996) afirma que os homens eram incapazes de competir com mulheres na arena da moda do final do século XVIII até à chamada “revolução pavão” em 1960. No entanto, muito antes da década de 1960, os homens expressavam o estilo da alfaiataria, não só através do uso de um fato bem cortado, mas também por se vestirem de formas que eram vanguarda, ousado, inovador e os homens estavam a fazer isso muito melhor que as mulheres. Ao iniciar este capítulo, segundo a pesquisa realizada, pretendo apenas fazer referência às peças mais marcantes do homem em cada época até aos nossos dias. Dei início a esse desenvolvimento, começando pelos povos da antiguidade, seguindo em direcção à Idade Média, passando pelos anos 20 até aos nossos dias.

1.1 Povos na antiguidade

Segundo Kohler (2001) os povos da antiguidade como os seguintes: Etíopes, Sírios e Fenícios, Hebreus, Assírios e babilónicos, Medas e Persas, Citas, Partos, Sármatas, dárcios e ilíricos, Cretenses, os povos da Ásia Menor e os Etruscos. Entre estes ainda se pode integrar os egípcios, os gregos e os romanos, que são os que dou destaque nesta fase do percurso da moda masculina.

1.1.1 Egípcios

Carl Kohler refere a época do Antigo Império em que os egípcios usavam uma tanga feita de tecido e enrolada várias vezes ao redor do corpo e presa por um cinto. Até ao apogeu do Antigo Império a tanga continuou a ser utilizada, havia diversidade de tecidos, mas o brilho, a beleza, a magnificência dos tecidos e os aspectos das indumentárias utilizadas eram as únicas que distinguiam o monarca e os nobres das classes inferiores. Aos poucos, com o estabelecimento do Novo Império (1000 a. C.), foram sendo acrescentadas mais peças de vestuário à indumentária egípcia, como o *kalasiris*, que começou por ser uma túnica longa e distinguiu-se pelo corte e pelo tecido de que era feita, havia vários tipos de *kalasiris* podiam ou não ter mangas, podiam ser largas ou mais justas. A roupa do homem não ocultava tanto como a roupa de mulher. Os trabalhadores usavam o mesmo estilo de roupa, mas para aumentarem a liberdade de movimentos alteram a peça de roupa franzindo-a e usando-a muito mais curta do que era costume usar pelas classes mais altas. Nas classes altas eram ainda usadas vários tipos de capas de formato quase circular, feitas de linho e pintadas em diversas cores. Uma das características mais marcantes foi os drapeamentos da roupa.

1.1.2 Gregos

A indumentária grega desde do período primitivo 600 anos a.C. ainda trazia a marca da influência asiática. A maioria dos homens usava uma capa cuja extremidade direita passava sobre o ombro esquerdo, cobrindo o braço do mesmo lado. Por baixo vestiam uma longa túnica com pregas (o quitão) que tinha uma guarnição no decote e outra que descia pela costura. Contrastando com a moda de tempos posteriores, o tecido era estampado com padrões alegres e vistosos. Os homens da Jônia usavam o mesmo quitão comprido sem cinto, e por cima deste, um grande manto com extremidades debruadas. Deixando livre o braço direito. O quitão (Figura 1.1) era decorado com riscas finas e coloridas que ia até metade da barriga da perna. O mais antigo quitão consistia em duas peças rectangulares iguais, costuradas como um saco, com aberturas para os braços e a cabeça. Os homens dóricos tinham deixado de usar o quitão, conservando apenas a capa considerada como um símbolo da virilidade. Os tecidos que os gregos utilizavam na confecção das suas roupas acompanharam a evolução da sua civilização e revelaram um grande desenvolvimento. As pessoas mais ricas usavam um quitão feito com tecidos mais finos. Todas as roupas utilizadas eram de lã e eram muito coloridas, uma das cores mais usadas era um vermelho escuro intenso ou púrpura. Os homens calçavam sandálias.



Figura 1.1 - Quitão masculino longo com cinto.

Fonte: Köhler, Carl. História do vestuário, Martins Fontes, São Paulo 2001. Consultado em 8/12/2012

1.1.3 Romanos

A roupa masculina romana era composta por uma túnica e sobre esta, uma capa, denominada por toga. A toga, uma peça de roupa tipicamente romana, assemelhava-se a uma tejana dupla, formada provavelmente por dois grandes segmentos de círculo, iguais em tamanho e com as extremidades rectas colocadas juntas, embora posteriormente outros métodos de corte tenham surgido. Outra peça marcante neste povo foi a pênula era uma peça de roupa que tinha forma de sino que se usava em condições atmosféricas severas. Na maior parte dos casos era totalmente fechada, mas podia ser aberta na frente, em geral possuía um capuz. O capuz era preso ao decote, as abas provavelmente costuradas nas extremidades da abertura do peito. Esta peça podia ser feita com uma tecido de lã rústica e resistente, ou noutros casos, esta peça era concebida em couro macio. A peça de roupa que os romanos vestiam de baixo era uma túnica, esta era comprida e podia ter ou não mangas. A túnica e a toga eram usadas com várias insígnias que indicavam a condição social e a profissão das pessoas.

1.2 Idade média - séculos XI a XV

Segundo Kohler (2001), a Idade Média surge com a queda do Império Romano e prolonga-se até ao aparecimento do movimento renascentista, durante essa época vemos a formação do Império Bizantino. Com as Cruzadas houve um maior contacto entre os povos da Europa, desenvolvendo e introduzindo uma uniformidade, que foi enriquecida pelas férteis influências da antiga civilização oriental, principalmente a nível de tecidos e ornamentos. As jóias também foram um grande marco na antiguidade bem como continuou a ser na Idade Média. É nas iluminuras de antigos manuscritos e túmulos ainda existentes que nos ajudam a imaginar melhor como teria sido o vestuário na época da Idade Média.

O período da Idade Média é caracterizado pela influência da Igreja sobre toda a sociedade, em que esta é dividida em apenas três classes sociais: o clero, a nobreza e o povo. O clero estava acima de todas as outras classes sociais, e neste era integrado a Igreja, os elementos do clero são pessoas cultas e possuem propriedades, a maioria alcançadas através de doações de reis ou nobres (Figura 1.2). A nobreza era a classe guerreira, estes eram proprietários de terras pois as propriedades eram herdadas. O povo era maioria da população que trabalhava essencialmente para as outras classes superiores. O feudalismo foi o sistema político, social e económico mais característico desta época.



Figura 1.2 - Iluminura que representa a hierarquia medieval: igreja no topo, nobres no centro e servos na base.

Fonte: <http://historiacolegiojk.blogspot.pt/2012/02/idade-media.html> Consultado em 25/6/2013.

A grande diferença entre mais e menos favorecidos estava nos tecidos utilizados e ornamentos empregados, uma vez que os cortes eram praticamente os mesmos. A seda era nobre, mas também eram usados lã e linho. As roupas de momentos mais cerimoniais eram inspiradas em Bizâncio e os mais afortunados usavam cores variadas. Os camponeses ficavam com as discretas e sóbrias.

Para Kohler, no início da Idade Média e durante o século XI as roupas das classes altas distinguiam-se das classes mais baixas através da qualidade superior dos tecidos, o requinte dos ornamentos e também diferenciavam-se pelo comprimento dos trajes. Os homens utilizavam uma túnica larga e de comprimento variável, com cinto, esta indumentária também possuía mangas. O uso da camisa de linho, justa ao corpo por baixo da túnica - feita geralmente de lã mas também se via com frequência de seda. Os homens por cima da túnica vestiam uma capa, esta era lançada sobre o ombro esquerdo e prendia-se no lado com uma fivela. A indumentária masculina também continha meias de vários comprimentos, e o calçado era feito de couro e poderia chegar até à barriga da perna.

Desde meados do século XIII surgiram algumas alterações na indumentária masculina. À túnica foi acrescentado um capuz para cobrir a cabeça, o decote tornou-se deveras menor e introduziu-se uma abertura no peito que podia ser fechada com botões ou pregadores.

Começaram a surgir os verdadeiros sobretudos, semelhantes aos casacos comuns, porem mais folgados e curtos, que possuíam uma abertura lateral das mangas, para facilitar o movimento dos braços.

Ainda durante o século XIII, para as ocasiões de cerimónias, tornou-se habitual os homens utilizarem apenas um casaco, que tinha o nome de *le pourpoint*, (Figura 1.3) este era elaborado em vários estilos, que diferiam no tecido, no corte ou no ornamento. Este século ficou também marcado pela evolução das peças para as pernas, chamados *les chausses*, até as meias tinham sido usadas separadamente, mas agora passaram a ser ligadas à parte superior do fato. No entanto, encontraram-se algumas dificuldades pois os tecidos sem elasticidades usados, impediam os movimentos dos membros, sendo impossível as pessoas se sentarem. Os alfaiates tentaram superar esta dificuldade, que os homens tinham para se sentarem, através de aplicação de tecidos um pouco elásticos, ainda assim, não foram capazes de resolver este problema. Para a resolução deste problema as autoridades eclesiásticas condenaram a moda anterior, dizendo que esta era indecente, para assim se espalhar em pouco tempo a introdução de novidades de usar as calças presas à cintura com um cinturão. As calças, totalmente unidas na parte superior, estas eram executadas em lã, linho ou seda das cores mais vivas que pudessem ser obtidas. Na verdade, era comum que cada perna fosse de cor diferente, essa moda tornou-se especialmente comum entre os cavaleiros.

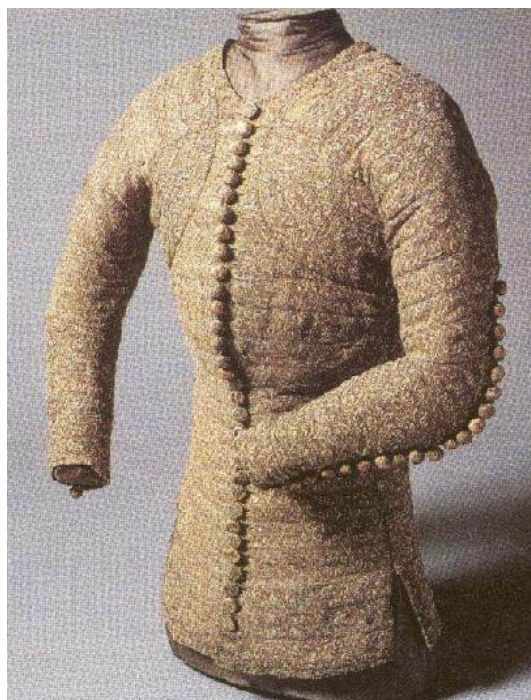


Figura 1.3 - *Pourpoint* com mangas abotoadas, de Charles of Blois, 1367.

Fonte: Köhler, Carl. História do vestuário, Martins Fontes, São Paulo 2001. Consultado em 8/12/2012

Na indumentária masculina, ainda era utilizado um capuz pontudo e justo que era preso à capa que caía pelos ombros e pelas costas. No século XIV o *pourpoint* continuou a ser usado, com mangas extremamente justas que eram abotoadas no punho, alguns homens utilizavam esta peça com mangas compridas, mas usavam por baixo um traje com mangas justas. O decote sofreu diversas formas e chegou mesmo a ter uma gola levantada. É durante este século que surge, na Alemanha, o gibão. Inicialmente surgiu um casaco de couro utilizado por cavaleiros, tinha na Alemanha o nome de *Wammes*, os ingleses chamavam-lhe de *gambeson* e os franceses de *gambesson*. Esta peça podia ser confeccionada sem mangas ou tê-las muito curtas era um pouco largo devido a este ser utilizado por cima do *Wams*.

O *Wams* (gibão) mais tarde os ingleses deram-lhe o nome de *doublet*, esta peça tinha as mangas longas e justas, na frente era aberto na totalidade e podia ser fechados por botões ou por cordões, esta peça tinha continuação até à anca podendo aí também ter as aberturas e ser fechado com botões ou cordões. O gibão era menos acolchoado e não recebia enchimento algum, este poderia ser confeccionado em vários tipos de tecidos, na generalidade era de couro ou algum tecido que fosse de boa qualidade, por vezes poderia ser feito de seda ou veludo, este não tinha ornamentos ou bordados. Mais tarde tornou-se uma peça mais curta e justa. No século XV, o *pourpoint* era mais curto de forma a chegar à anca, era também mais justo. Era concebido com enchimento no peito, nos lados e nas ancas o que acentuava bastante a linha da cintura.

Neste século surgiu outro tipo de sobreveste o *tappert*, esta peça surgiu a partir de um traje totalmente fechado, com mangas revestidas de pele. Esta foi uma peça que com o passar do tempo assumiu várias formas e quase substituiu a capa por completo. Além do *tappert*, outras peças completavam o guarda-roupa masculino. Uma dessas peças era um género de túnica curta. Esta peça era aberta do decote para baixo e fechada por botões. A barra enrijecida pendia como uma série de tubos dispostos lado a lado. Além das túnicas, havia também uma peça cujo corte era idêntico ao da capa, com mangas curtas ou por vezes a simples abertura para os braços.

Durante a segunda metade do século XV, a capa voltou a ser uma peça de vestuário habitual na indumentária masculina, esta era curta e semicircular e destinava-se apenas para ocasiões específicas. No entanto, surgiu outro género de capa, que cobria apenas as costas e era presa por um cordão que cruzava o peito. Já no final do século XV, os sapatos masculinos chamados *poullaines*, eram compostos por um longo bico, a lei sumptuária proibia as pessoas mais pobres de usar os *poullaines* (Figura 1.4) com mais de 5cm. Mas no decorrer do tempo, tornaram-se sapatos desconfortáveis e a tendência foi os bicos dos sapatos foram aos poucos ficando menores até desaparecerem.



Figura 1.4 - *Poullaines* do século XV, Museum of Fine Arts of Boston.

Fonte: <http://www.mfa.org/collections/object/pair-of-poulaine-or-crakow-shoes-122170>.

Consultado em 8/2/2013.

Para complementar a concepção da indumentária da Idade Média, Kohler faz referência às jóias, pois estas eram belas e valiosas e ainda restam inúmeros exemplos, é notável uma alta perfeição e técnica desses exemplares, o que estabelece um permanente fascínio.

1.3 Renascimento

O Renascimento é um movimento cultural que teve origem em Itália e este marca o fim da Idade Média. É considerado um movimento de renovação científica, literária e artística, com base na imitação de modelos e valores artísticos da Antiguidade Clássica. O Renascimento defende alguns ideais como o humanismo, neoplatonismo, antropocentrismo entre outros ideais. Houve também progressos na medicina e anatomia. A Igreja Católica encontrava-se dividida entre, a burguesia que defendia os seus interesses através da Reforma protestante e as forças tradicionais reafirmavam os dogmas medievais através da Contra-Reforma.

Segundo James Laver a peça mais marcante, neste século, no vestuário masculino foi gibão, um género de casaco, peça que passou por várias modificações, esta peça era considerado então um sinónimo de sofisticação. No século XVI, o vestuário utilizado pela classe alta da Europa eram requintadas, peças extremamente elaboradas a nível de bordados e a nível de tecidos, reforçando assim o nível da classe social mais alta naquela altura.

Segundo LAYER (1996), nos primeiros anos do século, os homens usavam um pouco de decote, coma parte superior da camisa a aparecer. Esta peça geralmente era utilizada com um tipo de sobreveste, um género de casaco que encaixava livremente sobre os ombros, esta peça habitualmente tinha um comprimento suficiente para chegar aos joelhos.



Figura 1.5 - Henry VIII, indumentária comum no Renascimento.

Fonte: Laver, James. *Costume and Fashion, World of Art*, 1996, pg. 82. Consultado em 8/5/2013.

Para Köhler, a meados do século XVI, os calções tornaram-se mais curtos e também mais largos. Os golpeados foram deixados completamente abertos, mostrando ainda mais o forro e os pufes passaram a ser ornamentados com incontáveis e pequenos golpeados inclinados e coloridos. Os calções podiam ser presos na roupa de baixo ou na parte interna do gibão. Em geral, os calções eram utilizados maioritariamente, um pouco por cima do joelho, podendo por vezes variar o seu comprimento. Por toda a Europa eram utilizados todos os tipos de calções. No entanto, em Espanha, surgiu um estilo final e definitivo, que foi escolhido, os calções eram bufantes, com um enchimento moderadamente espesso e chagando aos joelhos, onde eram seguros junto com a meia.

O gibão no início do século XVI teve poucas modificações, no entanto, o gibão decotado foi substituído por um gibão de decote alto, com gola erguida. O gibão espanhol abotoava-se na frente e nesta época deixou de ter mangas, a partir de 1560, tornou-se mais comprido à frente do que atrás, o enchimento do peito também aumentou de espessura, concentrando-se no centro e não de uma forma homogénea.

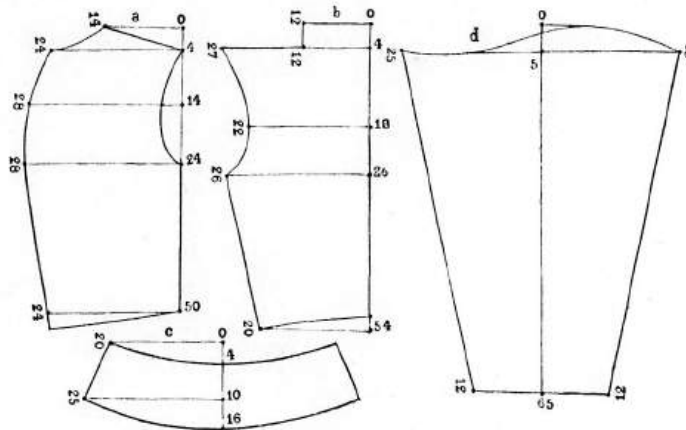


Figura 1.6 - Exemplo de um molde de um gibão espanhol.

Fonte: http://www.costumeantique.de/data/schnitt/1550_pattern_doublet.gif Consultado em 9/12/2012.

Mesmo sendo considerado espanhol, este tipo de gibão (Figura 1.6) era utilizado igualmente noutros países da Europa. Esta também é uma peça que sobressai neste século na Alemanha. Os gibões usados eram golpeados, mas estes eram menos numerosos. As mangas passaram a ser mais folgadas e tinham uma cor diferente do gibão. Este consistia numa parte da frente e outra de trás, com costuras laterais, com amplas mangas que garantiram assim um maior conforto e liberdade de movimentos.

1.4 Século XVII

No início do século XVII França passa a ter uma forte influência na moda pelos restantes países da Europa.

“No reinado de Luís XIV a ideia de lançar modos e modas já havia sido pensada e o Castelo de Versalhes, foi o epicentro divulgador das subtilezas do requinte, da sofisticação exacerbada, do fausto e do esplendor para todas as cortes europeias. Nesse período, a França foi pioneira em ditar a moda para toda a Europa através da corte de Versalhes”

(BRAGA, 2006, p. 84 citado por A. A. G. Silva e M. C. P. Valência em <http://revista.crb8.org.br/index.php/crb8digital/article/viewFile/73/75>)

Em 1670 segundo Kohler o gibão sofreu uma importante transformação para a história do vestuário masculino, perdendo a sua aparência de jaqueta, evoluindo para um género de casaco, ou seja uma peça fechada com botões frontais, podendo variar entre comprimentos e larguras.

Ainda no século XVII, o desenvolvimento da indumentária europeia atingira o seu ponto mais alto. A partir desta época, as dimensões tornaram-se menores por algum tempo, e o casaco transformou-se em casaca. Sob Luís XVI a moda avançou rumo ao que pareciam novas tendências, as mudanças deram-se mais nos ornamentos do que nos cortes.

1.5 Século XVIII

Na segunda metade do século XVIII, as tendências passaram por uma completa transformação. Prevalencia o sentimento de que os velhos estilos se tinham tornado impraticáveis, e as tentativas de superá-los estavam em curso quando rebentou a Revolução francesa, trazendo consigo profundas alterações.

“A Revolução Francesa não conseguiu produzir um único modelo capaz de resistir, surge uma nova classe segura e sólida elabora um novo próprio estilo de vestuário quase como um «uniforme» que viria fazer parecer os outros estilos de vestuário como objectos carnavalescos ou mesmo folclórico e indicadores como um desvio social.”

Francesco Alberoni

Observações Sociológicas sobre o Vestuário Masculino

Psicologia do vestir

Para Köler com este acontecimento, a indumentária masculina modificou-se, numa tentativa de chegar a um estilo de roupa que fosse de um estilo mais simples, prático e essencialmente confortável. Onde foi notável a abdicação da quantidade de ornamentação e também na largura das roupas masculinas, surgindo conseqüentemente debruns estreitos. Numa imitação ao casaco de equitação inglês, as extremidades do casaco foram cortadas, o que resultou num novo estilo, o fraque. Entre 1791 e 1792, desapareceram na totalidade os ornamentos das roupas, bem como os tecidos coloridos e decorados. A roupa masculina passava então a exibir simplicidade em termos de cor e feitio. Com a revolução, desapareceram as diferenças de classes, conseqüentemente os homens passaram a dar uma maior importância ao conforto do vestuário que utilizavam.

1.6 Século XIX

Este século, foi o marcado pela expansão da Revolução Industrial que tinha iniciado no século anterior.

“O final do século XVIII revelou um desenvolvimento tecnológico, a máquina a vapor, a máquina de fiação e tecelagem, em que a sua aplicação à indústria dá início à Revolução Industrial na Europa. A Revolução Industrial é um marco na história pela série de progressos tecnológicos que assinalam a alteração de um processo artesanal de fabrico para um processo mecanizado ou industrializado.”

Desígnio - Teoria do Design, Alexandra Lage e Suzana Dias, 2006

Köhler refere que por volta do ano 1800, surgiu mais um estilo de sobretudo, tratava-se do chamado *Garrick* inglês, que tinha inúmeras capas de ombro, funcionando assim como meio casaco, meio capa. Esta peça prevaleceu durante bastante tempo, mas mais tarde ficou reduzida à condição de se ser um mero traje de viagem. Durante a leitura desta fase da indumentária masculina, foi bastante notável uma evolução e desenvolvimento da modelagem que era aplicada essencialmente na variedade e formas de casacos existentes na altura. Por volta de 1810, os homens começaram a usar calças (*pantalons*) mais longas, (Figura 1.7) que cobriam a as pernas das botas e eram também mais largas. Neste século é ainda notório a aparição da utilização do chapéu, e passou a ser habitual o uso deste acessório entre o público masculino, principalmente na classe média.

Stefania Rosa (2008) refere o século XIX dividindo-o em quatro épocas distintos:

- Império
- Romantismo
- Era Vitoriana
- Belle Époque

Rosa (2008), refere o vestuário masculino mais sóbrio na época imperial, tem casaco tipo inglês de caça, golas altas demonstrando ostentação e lenços adornando o pescoço. As calças, cada vez mais assimiladas, apresentavam-se bastante parecidas com as atuais e a alfaiataria inglesa estava em plena ascensão.



Figura 1.7 - Exemplo das calças masculinas em 1808, em Kensington Garden.

Fonte: Laver, James. *Costume and Fashion, World of Art*, 1996, pg. 177. Consultado em 8/5/2013.

Já para Köhler, nesta época as peças utilizadas na indumentária masculina são a casaca, as calças características desta fase, o colete, sobressai essencialmente os adornos de pescoço, as capas e os sobretudos.

Na época do Romantismo, mudanças significativas foram incorporadas à moda masculina. Londres ditava as regras do segmento. Homens sempre muito ocupados não toleravam exageros. A boa roupa masculina tinha de ter bom corte, qualidade na confecção e bons tecidos. Surge um novo estilo na Inglaterra liderado pelo dândi George Bryan Brummel (1778 - 1840). O estilo consistia na perfeita relação entre a linguagem, os gestos e a vestimenta. Esse estilo torna-se então, referência para toda a moda masculina do século XIX. A cartola entra em voga e é usada por quase todo o século simbolizando status e poder económico.

A roupa de Brummel (Figura 1.8) , extremamente justa, tinha caimento perfeito. Os casacos geralmente escuros vinham acompanhados de calças justas na cor branca ou amarelo claro. Nada de bordados, jóias e acessórios desnecessários.



Figura 1.8 - Beau Brummel em 1805.

Fonte: <http://www.messynessychic.com/2011/04/05/who-is-the-dandy-man/> Consultado em 10/5/2013

Na era Vitoriana a moda masculina pouco mudou, o homem passou a vestir-se cada vez mais sobriamente. E, ao contrário das mulheres, não usam acessórios excepto o relógio de bolso e a cartola. Outra característica desse período é o uso de barba.

O período *Belle Epoque* corresponde á última década do século XIX, pouco antes da primeira guerra mundial. A moda masculina permanece quase sem mudanças, as roupas apresentam características um pouco mais práticas e funcionais.

1.7 Século XX

Este século foi marcado por grandes acontecimentos, eventos, conquistas. Cally Blackman menciona que os homens também são em grande parte responsáveis pela introdução de modos sob culturais, na forma de vestir e as peças de roupa que são utilizadas por uma minoria, e que se opõem ou rejeitam, algumas das normas sociais e da alfaiataria utilizadas numa cultura dominante.

Esta autora refere, que a moda masculina e o estilo, até há pouco tempo, foram muitas vezes considerados secundário para as mulheres. A moda masculina do século XX tem sido descrita e também considerada monótona em comparação com o *glamour* mais óbvio na moda feminina. Blackman enfatiza ainda, o longo sucesso do fato masculino e que este deve ser reconhecido. Pois começou por ser um conjunto de peças exclusivamente masculinas, que começou por ser introduzido no final do século XVII, prosperando por quase 350 anos por causa da sua capacidade de variações, conhecido por ser confortável, foi constantemente reinventado e foi

bem adaptado para uma vida quotidiana moderna. O fato é ainda uma chave no guarda-roupa masculino, e recentemente tem havido um renascimento, para assim continuar a manter viva a antiga arte da alfaiataria, o equivalente à alta-costura para homens. Blackman considera que neste momento, os homens são tão fundamentais para a indústria da moda como as mulheres. A multiplicação de roupas de marca, perfumes, cosméticos, revistas e a mídia que fornece uma vasta evidência.

1.7.1 O fato

O estilo pessoal do príncipe de Gales Eduardo VII, foi um ícone de moda real, cada movimento da alfaiataria foi seguido de perto, tanto pelo comércio como pela imprensa, o seu estilo indicou tendências. Eduardo VII era patrocinado por Henry Poole, garantindo consequentemente uma clientela internacional, tornando-se o alfaiate mais elegante de Londres, mais propriamente em Savile Row. Savile Row foi o epicentro do mundo da alfaiataria desde o início do século XIX, os tecidos eram da melhor qualidade em que um dos objectivos era a elegância. Ao mesmo tempo, o clube de cavalheiro tornou-se o foco da actividade social para o sexo masculino tanto na moda, como consequentemente, também os estabelecimentos que fornecia o que era necessário, como as alfaiatarias, vendedores de vinho, fornecedores de camisas e gravatas, chapeleiros, sapateiros, barbeiros entre outros. Este era um mundo dominado pelos homens para os homens.

Poucos podiam pagar os preços de algumas alfaiatarias de renome, a maioria do público masculino frequentava locais menos caros e alfaiates locais, no entanto a disponibilidade do pronto-a-vestir continuava a progredir. No entanto, os padrões de alfaiataria eram variados e a escolha de peças de vestuário permaneceu o mesmo para as classes médias e alta. Após a Primeira Guerra Mundial, um *frock coat* (fraque), um *morning jacket* (casaco de manhã) para eventos mais formais, semi-formais ou mesmo de negócios e *three-piece sack suit* (um fato de três peças) para momentos mais informais e quando o homem ia para o campo. O *sack* ou o *lounge suit* (fato de passeio) ficou conhecido pelo seu comprimento (que chagava às ancas), podia ter um abotoamento simples ou duplo (*double-breasted*), combinando posteriormente com o colete e calças que eram concebidos numa diversidade de tecidos, incluindo o tweed. Posteriormente, o fato de passeio ficou mais conhecido como fato, este foi adoptado por todo o público masculino a nível universal, para ocasiões mais formais, a silhueta pré-guerra é substituída por uma versão de um fato mais simples.

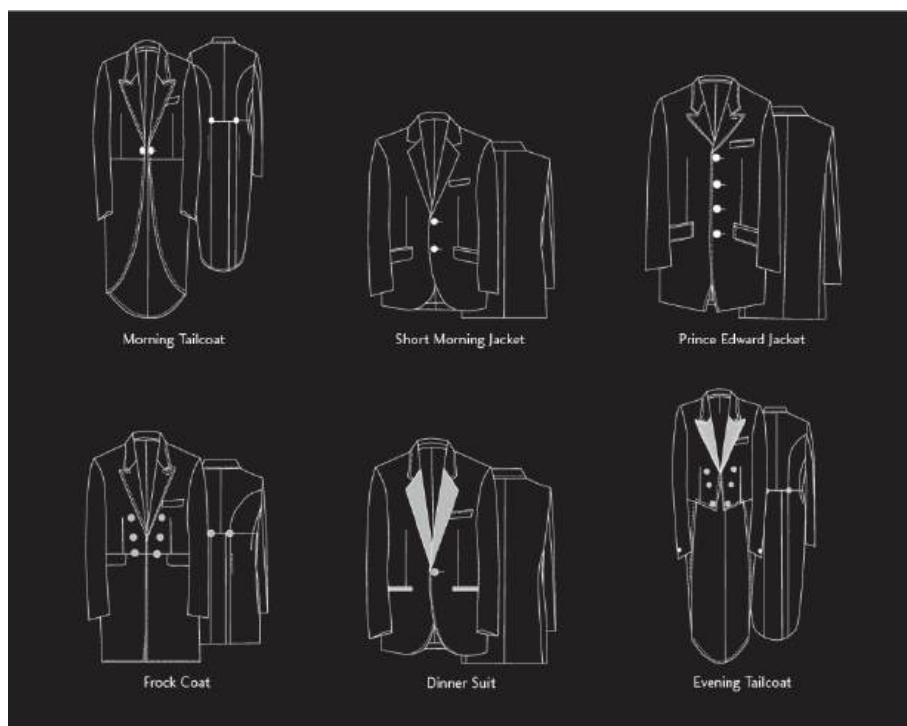


Figura 1.9 - Exemplo de vários tipos de casacos do vestuário masculino formal.

Fonte: <http://www.docstoc.com/docs/29402967/Dinner-Suit-Short-Morning-Jacket-Prince-Edward-Jacket-Frock-Coat> Consultado em 15/4/2013.

No entanto, cada vez mais os fabricantes de vestuários americanos contestavam a posição de Londres (uma vez que havia um grande recurso ao *bespoke tailor*, alfaiataria por medida), ajudados pela crescente cultura de um país de consumo.

Na década de 1930, a América tornou-se o favorito em roupas de pronto-a-vestir de férias e lazer, que cresceu e desenvolveu-se entre guerras, apesar do *crash* de Wall Street em 1929. No entanto, em termos de alfaiataria relaxada e pronta para uso, a América continuou a ganhar domínio.

1.7.2 Trabalhador e Soldado

Para a geração, o vestuário de trabalho significava simplesmente a reciclagem de roupas até que já estas não eram mais utilizáveis. A necessidade económica ditou que no início do século XX, a maioria dos homens trabalhavam e usavam um fato velho, reservando o seu melhor (se eles tivessem um), para o domingo, o único dia de folga na semana. Por vezes, combinavam um casaco e colete com calças que eram feitas de um material mais resistente, a camisa era por vezes às riscas, não tinha colarinho e calçavam botas de couro.

A indumentária masculina de trabalho na nossa sociedade não estruturada, já não é de fácil identificação, uma vez que já não havia um elemento distinto no vestuário masculino. A moda começou a ser democratizada como a sociedade se ajustou à influência política socialista, a

população tinha melhores habitações e condições de trabalho, uma maior disponibilidade de produtos e uma maior escolha. A produção em massa de uniformes resultou da fabricação simplificada, da padronização de tamanhos e sindicalização dos trabalhadores nos comércios de vestuário.

Com a deflagração da Segunda Guerra Mundial, o *glamour* urbano da década de 1930 deu lugar a considerações mais sombrias. Na Grã - Bretanha em 1941 foi introduzido o sistema de *cupons*, em que os homens tinham direito a 66 *cupons* (numero que diminuiu posteriormente), um casaco, calça e colete tinham o valor de 26 *cupons*, ou seja, houve muito pouco espaço para além dos requisitos básicos. Nesta fase quem projectava a roupa tinha de aderir a restrições de forma a criar roupa essencialmente utilitária. Em França, surgiu uma enorme escassez de matérias-primas, o que consequentemente impulsionou o comércio de roupas em segunda mão.

Ainda durante a Segunda Guerra Mundial, a indústria de vestuário francesa foi comandada para abastecer a Alemanha com roupa de alta qualidade e militar apesar de ter perdido muito de sua força de trabalho judaica qualificados para os campos de concentração. A América também limitou o seu consumo de tecidos depois de Pearl Harbor em 1941. Utilizavam principalmente a lã para a concepção de uniformes, algodão de fibras sintéticas (viscose e nylon) eram cada vez mais usadas para o vestuário de carácter civil.

Em 1945, quando a paz foi declarada, Montague Burton implementou uma das primeiras e maiores cadeias de lojas de vestuário masculino, de forma a introduzir e modernizar as normas da alfaiataria para o mercado de massa.

1.7.3 Artista e Restaurador

Qualquer tipo de artistas tinha uma tendência de estar na vanguarda da moda ou optavam por se vestir de uma forma diferente, como um produto da sua autoconfiança necessária para a concretização da sua profissão. Desde o início do século XIX, que o culto do artista como génio progrediu, levando a uma promoção Auto consciente de uma imagem “artística”. Augustus John tinha um estilo boémio que combinava com o seu estilo de vida boémia, enquanto o seu colega artista Pablo Picasso, em Paris, adoptou um uniforme de um homem de trabalho, usando uns *jeans* ou um fato de veludo, sem dúvida por necessidade económica mas também, um pouco, como uma auto-identificação com um homem de trabalho.

Durante o período entre guerras, o cinema foi uma das mais populares formas de entretenimento, que consequentemente levaram à criação de celebridades cujas imagens e roupas foram avidamente seguidas, tanto dentro como fora da tela e também em revistas de todo mundo. Isto é, as estrelas de cinema começam a ter influencia para a moda, a nível masculino sobressaíram actores Rudolf Valentino, Errol Flynn, Gary Cooper ou Cary Grant.



Figura 1.10 - Cary Grant no filme “People will talk” em 1951.

Fonte: <http://www.ivy-style.com/grant-writing.html> Consultado em 20/4/2013.

Cary Grant, Figura 1.10, foi uma das estrelas mais elegantes, nasceu em Inglaterra, alcançando a fama em Hollywood. Dentro ou fora da tela, a sua elegância casual era aparente, era habitual vestir-se com um fato concebido sob medida de Kilgour em Savile Row. Neste momento, a maioria dos homens deslocavam-se a Savile Row para ter no seu guarda-roupa um fato concebido sob medida. No entanto, outros permaneceram leais à estética do seu próprio país, como Clark Gable, que favorecia a alfaiataria americana, era menos discreta que a alfaiataria britânica. Era comum Gable utilizar um casaco aos quadrados, com ombros largos, lapelas largas, calças igualmente amplas, camisas coloridas e gravatas largas com padrões.

1.7.4 Roupas de desporto e outras influências até ao início do século XXI

O *sportswear* tem sido uma influência na moda durante o século XX, o que acelerou a partir do momento que houve uma melhoria do estilo de vida e o tempo de lazer aumentou, houve consequentemente um progresso das actividades desportivas e o aumento da prática de exercício físico e usufruir de um corpo atlético tornou-se moralmente e esteticamente desejável.

O *Fours Plus*, Figura 1.11, antes só utilizado para o golfe derivam dos fatos vitorianos de *Knickerbocker*, tornou-se numa alternativa elegante, na cidade, para as calças durante a década de 1920. Na América do Norte, o beisebol, basquete e hóquei no gelo ganharam imensa popularidade, o que resultou numa infiltração de peças de vestuário de carácter desportivo no uso diário. Da mesma forma que as estrelas de cinema, os atletas de sucesso tornaram-se celebridades internacionais, influenciando a moda. O mundo do desporto tornou-se cada vez mais comercializado, ligado ao patrocínio e ao financiamento elevado.

A roupa de equitação, também influenciou a moda com a camisola pólo que a partir deste momento se tornou um básico no guarda-roupa masculino.



Figura 1.11 - Exemplo da indumentária masculina no desporto no início do século XX.

Fonte: <http://www.cutterandtailor.com/forum/index.php?showtopic=287> Consultado em 23/4/2013.

Segundo Fiona Ffoulkes (2010), em *How to Read Fashion*, o estilo rebelde trata-se de vestuário que comunicam ‘atitude’. Filmes da década de 50, os jovens apareceram vestidos com peças de couro, esta tendência começou desde que se começou a reflectir na roupa usada por motociclistas, *punks* e bandas de rock. Roupas muitas vezes feitas de couro e *denim* decorado com rasgões, pregos e correntes. Dentro do estilo *street wear* pode ser usado num corpo que seja adornado com tatuagens e piercings mas na alta-costura o look é acerca de glamour.



Figura 1.12 - Marlon Brando no filme “The wild one” em 1953.

Fonte: Ffoulkes, Fiona. How to read fashion - A crash course in understanding styles, Herbert Press London 2010, pg. 34. Consultado em 20/3/2013.

Já para Cally Blackman, longe de ser atenuada pela indignação, este género de vestuário é adoptado por subculturas dentro de um sector mais jovem, que se tornou uma ferramenta de desafio e resistência política, emergindo como uma das influências mais importantes sobre a moda na segunda metade do século XX. O uso de roupas para expressar a revolta abriu o caminho para a aceitação da diferença do vestuário, contribuindo assim para a fragmentação da moda e de culturas relativamente à indumentária que é conhecida na contemporaneidade. É de destacar também a roupa interior masculina, esta tornou-se importante no quotidiano dos homens, era concebida essencialmente em algodão. No entanto, dois ídolos de cinema mais tarde, Marlon Brando e James Dean, tornaram uma t-shirt de roupa interior utilizada por soldados durante a Segunda Guerra Mundial, num ícone de moda que permanece até aos dias de hoje.

Em meados de 1950, o vestuário masculino começa a ser substituído por uma nova silhueta, em que algumas das características notáveis foram o aumento do uso de cor e do uso de padrões, uma mudança fundamental na moda masculina que explodiria com o chamado “revolução pavão” de 1960.



Figura 1.13 - Jimi Hendrix foi um marco na revolução pavão.

Fonte - <http://let-them-eat-vinyl.com/2011/02/13/spotlight-on-style-jimi-hendrix/>

Consultado em 30/3/2013

Segundo Stefania Rosa (2008) na década de 60, a indumentária masculina era solta e desportiva, o homem começou a trocar o fato e gravata por casacos de fecho. Alguns tecidos começaram a ser sintéticos, as calças mais estreitas e as camisas coloridas ou estampadas. Foi uma época de contestações, os jovens revoltaram-se contra o estilo de vida levado pelos pais, surgindo conseqüentemente o movimento hippie, caracterizado por um visual despreocupado, onde se destacaram as calças à boca-de-sino, muitos detalhes artesanais tanto nos bordados como nos acessórios, cabelos longos e despenteados. Destacam-se ainda movimentos artísticos como a Pop Art e Op Art, que conseqüentemente contribuíram para a moda nesse período, particularmente no que diz respeito à estamparia.

Na década de 70, o uso das calças *jeans* afirmou-se, surgindo vários modelos entres o mais popularizado foi o modelo à boca-de-sino, com volume concentrado na zona de inferior das calças. No domínio masculino, a camisaria apresentou algumas novidades com modelos mais justos e golas pontiagudas. As camisas recebiam logotipos de clubes de universidades americanas, blusões eram inspirados em fardas de aviadores e o blazer e o azul-marinho do estilista YSL, quase que obrigatório. Em meados dessa década surge um novo movimento em Londres, o punk. Jovens desempregados revoltados com as atitudes da sociedade, vestem-se num estilo indo contra todos os princípios, com roupa suja e rasgada, com adereços como correntes e entre outros, além de muita maquilhagem escura.



Figura 1.14 - Os Sex Pistols são uma banda que marcaram a década de 70 com o seu estilo punk.

Fonte: <http://www.giantbomb.com/dmc-devil-may-cry/3030-32686/forums/dmc-dante-sex-pistols-or-my-chemical-romance-542885/> Consultado em 30/3/2013

Na década de 80, com os avanços da tecnologia, a indústria têxtil foi responsável pela grande novidade da década, a invenção da microfibrã. Caracterizado por propriedades como secagem rápida e não amarrotar, esse tecido veio para atender as necessidades decorrentes da vida moderna e a busca pela funcionalidade. Surge também o estilo gótico, o preto era a cor desses jovens, presentes nas roupas, maquilhagem e cor dos cabelos. O visual era finalizado

com o uso de uma capa preta sobre as peças, vindo a se tornar uma das características desse grupo. Para os clássicos, o fato com duas filas de botões e o blazer acompanhado de calça em lã cinza, lisa ou com motivo discreto, faziam parte do guarda-roupa masculino.

Chega enfim os anos 90 e a moda desse período é uma mistura de diversas influências. O avanço tecnológico da indústria têxtil evoluiu ainda mais a microfibras e traz para o mercado os chamados “tecidos inteligentes” com propriedades bactericidas e alta capacidade de absorção. A preocupação ecológica é refletida em diversas coleções e o desejo personalizado faz surgir um novo conceito, a customização. Nesta década foi marcada pelos estilos dos *clubbers*, *drag queens*, *cybers*, *ravers*, entre outros.

Capítulo 2 - Alfaiataria

2.1 Alfaiataria artesanal

O vestuário começou por ser uma solução prática e tornou-se numa forma importante ao longo do tempo. Inicialmente ter roupa feita por medida para fins de moda era exclusivamente para as classes mais altas.

G. Bruce Boyer, refere em “The History of Tailoring: An Overview” (1996) que durante a Idade Média, a roupa em geral encontrava-se associada ao acto de esconder o corpo. É com a Renascença, vem o acentuar da forma humana. A roupa larga e sem forma, aquele que foi o uniforme padrão de todo o Período Medieval, tão facilmente construído de uma ou duas peças de pano, foram encurtados e apertados, eventualmente cortado, montado e cosido, na tentativa de destacar os contornos do corpo humano. Para Boyer este foi o nascimento da Alfaiataria.

2.1.1 História da alfaiataria

O conhecimento e a arte da alfaiataria, do acto de cortar e coser tecido, desenvolveu-se lentamente e gradualmente na Europa entre os séculos XII e XIV. Segundo Boyer (1996) até ao Renascimento, o tecido tinha sido a característica que distinguia o vestuário, e quem o vestia era, em grande parte, o responsável pelo design e formas e, na maioria dos casos, pela produção das suas próprias roupas. Mas, gradualmente, o alfaiate foi assumindo uma importância equivalente á do tecelão, chegando por fim a ultrapassá-lo. Mestres alfaiates tornaram-se responsáveis por satisfazer as necessidades de vestuário da sociedade, e a alfaiataria tornou-se numa altamente especializada, complexa e ciosamente guardada arte.

À medida que as cidades foram crescendo, tornando-se impérios de poder, também a moda seguiu esse caminho. Primeiro Itália, depois Espanha e França tornaram-se centros de Moda em consonância com o poder, riqueza e influência desses impérios. A Itália atingiu o seu grande florescimento durante a idade de Miguel Ângelo, seguida por Espanha, no princípio do século XVII. A França atingiu o topo da moda durante o reinado de Luís XIV (1643-1715), quando os jovens bem-vestidos de toda a Europa se afadigavam em Paris, para a renovação do seu guarda-roupa. A meio do século XVII os homens desistiram de usar o *doublet*, casaco afirmado e apertado, o *hose* uma peça de vestuário usada com o *doublet* e que consistia numa meia-calça que chegava até á cintura e a *cloak* uma capa, tendo começado a usar casaco, colete e as *breeches*, eram calças que terminavam normalmente acima do joelho, as três peças de vestuário que podemos começar a identificar com a forma de vestir actual masculina. Do outro lado do canal da Mancha, os Ingleses não só tinham abandonado o *doublet* e a *hose*, como ultrapassaram rapidamente a fase da roupa ricamente bordada imposta pela corte Francesa. Note-se que tinham conseguido sobreviver uma guerra civil amarga, mas democratizante (1642 - 1649), a qual entre outras coisas tinha posto em questão os veludos e brocados, as sedas e os cetins, as cabeleiras empoadas, entre outras ostentações do código de vestuário da aristocracia Francesa. Os Ingleses afastaram-se do seu altamente

decorativo e delicado estilo cortesão e assumiram formas mais práticas. O vestuário dos fidalgos rurais e os da nova classe mercantil que nascia durante o século XVIII tornou-se progressivamente menos belo e requintado, tornando-se mais sombrio e sóbrio. Nas primeiras décadas do século XIX a sobriedade no vestir, começou a permear inclusive os círculos mais íntimos da corte. Os alfaiates ingleses, particularmente os londrinos, dominavam essa tendência. Em primeiro lugar, porque os ingleses tinham evoluído para uma forma de vestir masculina, que era uma mistura subtil de elite rural, com um toque de roupa desportiva e um toque de burguesia comerciante, proveniente da tremenda vaga da Revolução Industrial. Depois, o tipo de roupa usada em meios aristocráticos não tinha sido desenhado a pensar em funcionalidade, antes com preocupações de decoração, tecidos e cores. Quando o afastamento da ornamentação e ostentação começou a ocorrer, este tornou-se no primeiro critério na roupa para homem.

2.1.2 História da alfaiataria em Portugal

Ao referirmos a alfaiataria em Portugal estamos uma profissão que se confunde com a história do próprio país. O nome alfaiate varia de língua para língua, mas na língua portuguesa descende da ligação do mundo árabe, proveniente da palavra árabe *Al-Kaiat* ou *Al-kaiiat*, do verbo *Khata* que significa coser.

Carlos Fonte refere que o século XII é a referência conhecida mais antiga que existe acerca desta profissão, que coincide com a independência de Portugal, quando este se tornou num Estado. Desde a antiguidade clássica que os alfaiates tinham a exclusividade do corte e costura nas distintas peças de vestuário fossem elas peças masculinas ou femininas, o que se manteve ao longo de vários séculos, até ao século XVII.

No decorrer do século XIV, foram registadas em iluminuras a existência de lojas e oficinas de alfaiates, destacando-se a simplicidade da ferramenta habitual no trabalho de confecção de peças: tesouras, réguas, compasso, giz e pouco mais. Mas esta profissão exige um longo caminho de aprendizagem que é necessário para exercer a arte da alfaiataria, para isso existem alguns requisitos que os alfaiates tinham (têm) que possuir, assim como, conhecimentos de geometria, aritmética e proporções do corpo humano.

No século XVI, verifica-se uma afirmação desta arte que acompanhou o luxo e a personalização de peças de roupa por toda a Europa. Este facto transformou-se na especialização de certas actividades especializadas, passando a haver algibestes, calceteiros, camiseiros entre outras. Implementou-se uma regulamentação que procurava garantir a qualidade do vestuário, consistia na aprendizagem do ofício até à fiscalização das oficinas, procurando assim proteger os compradores (Livro de Registos dos Ofícios Mecânicos, 1752). Neste período verificaram-se ainda grandes avanços técnicos especialmente nas técnicas de corte, pois o aparecimento e variedade de formas de vestuário, fez com que houvesse um desenvolvimento técnico significativo.

O século XVII é marcado pelos conflitos entre algibebe e alfaiates. Esta disputa era feita devido à existência de lojas de algibebe e este venderem a roupa já concluída, o que leva à contestação dos alfaiates e a um posterior encerramento de lojas, que mais tarde voltam a reabrir. Este conflito prolongou-se até ao predomínio de lojas pronto-a-vestir, levando consequentemente o vestuário feito por medida a uma arte praticada para grupos específicos de clientes. No decorrer destes conflitos em Portugal, em França, as modistas (a quem já tinha sido concedido o privilégio de fabricarem a roupa interior feminina) conquistam o direito de produzirem todo o tipo de vestuário feminino e de terem uma corporação própria. O que acabou por se espalhar por toda a Europa, pondo um fim à exclusividade dos homens na produção de vestuário.

O século XVIII é encarado como a época de ouro da alfaiataria, muitos dos símbolos de poder passavam por um vestuário de ostentação, que dependia, sem dúvida, da arte e da técnica de cada mestre alfaiate. Com a Revolução Industrial e a Revolução Francesa, caminhou-se para a liberdade no exercício do trabalho.



Figura 2.1 - Alfaiataria portuguesa por volta de 1920.

Fonte: http://tempoautososplinio.blogspot.pt/2010_10_25_archive.html Consultado em: 25/11/2013.

Já no decorrer do século XIX surgem as duas primeiras associações de alfaiates, em 1853 no Porto, a Associação de Alfaiates e em Setembro do mesmo ano, em Lisboa com a Associação dos Alfaiates Lisbonenses. Desta forma as organizações conseguiam juntar mestres, aprendizes, proprietários e trabalhadores, mas não impedia a participação de alfaiates nos acontecimentos e nas organizações mais importante do movimento operário do século XIX. No final do século, como já havia acontecido em toda a Europa, estas associações dividiram-se em função do estatuto dos seus membros, tendo surgido então, por exemplo, a Associação Fraternal de Classes dos Alfaiates de Lisboa (1891), mais tarde denominada Associação

Fraternal dos Operários Alfaiates (1906) e a Associação de Classe dos Oficiais de Alfaiates e Costureiras (1896). Este século foi ainda marcado por dois avanços técnicos importantes, em consequência da invenção da máquina de costura, o aparecimento de tabelas de medidas e das empresas de confecção. O estabelecimento das primeiras tabelas de medida deve-se ao alfaiate francês H. Guglielmo Compaign, com a sua obra “A Arte da Alfaiataria” (1830), que revolucionou as técnicas de corte em toda a Europa.

Em Portugal o aparecimento das primeiras empresas de confecção não teve grandes reflexos, pois produzia-se um vestuário de muito má qualidade com tecidos medíocres. As máquinas de costura acabaram por lentamente entrar nas alfaiatarias, de um modo muito controlado, continuando assim a tradição ser o trabalho manual.

Jacinto Nunes Correia descendente de uma família de alfaiates, cujo passado remonta a 1786, funda a Casa Nunes Correia na capital em 1856. Com o objectivo de conhecer melhor as proporções características do corpo humano, frequenta aulas de anatomia na Escola Médica de Lisboa. Todos os anos viajava até Paris e Londres para actualizar os seus conhecimentos. Já sob a direcção do seu afilhado e continuador, Jacinto Augusto Marques, no final do século a Casa Nunes Correia reunia a melhor clientela de Lisboa, incluindo a Rainha D. Amélia e os jovens príncipes.

É durante a primeira República que Virgílio A. da Silva Paulet Maia, inicia os primeiros cursos de corte, uma vez que a aprendizagem começa a compor-se no exterior das oficinas de uma forma mais sistemática e de acordo com as exigências dos novos tempos. No entanto, as duras condições de vida dos trabalhadores do sector, acabaram por conduzir a uma intensa agitação laboral entre 1919 e 1923. Só a meados dos anos 20 foi superada a crise do pós-guerra.

No decorrer dos anos 30, a alfaiataria ganha um novo impulso, este coincide com o momento simbólico com a estreia do filme “A Canção de Lisboa” em 1933, onde a personagem principal é um alfaiate, interpretado por António Silva. Após a publicação do Estatuto do Trabalho Nacional em 1934, sucede-se a constituição de sindicatos nacionais de profissionais de alfaiataria e costura. É também neste ano, que Miguel Guilherme de Almeida e António Mendes Baptista fundam a Academia de Corte Maguidal, foi a primeira escola para alfaiates em Portugal. Possuía cursos de corte na sede, mas também os administrava por correspondência, pois estava muito em voga. Após cinco anos a Academia de Corte Maguidal faz o lançamento da revista “Vestir” em Setembro de 1939, esta desenvolveu um trabalho na divulgação de temas e informação dos acerca dos profissionais do sector que se destacou, o que consequentemente levou a uma digna longevidade. Ainda durante esta década duas iniciativas devem ser comentadas, em 1935 a fundação da “Cooperativa dos Industriais de Alfaiataria”, no Porto, e em 1939 a fundação da “Academia Nacional de Corte” em Lisboa,

que não demora a editar outra importante revista “Técnicas de Alfaiataria”, direccionada por António Mendes Baptista.

No decorrer da Segunda Guerra Mundial (1939 - 45), principalmente na região de Lisboa, a alfaiataria ingressou numa fase de desenvolvimento como resultado das numerosas encomendas dos exilados ou mesmo dos refugiados que estavam de passagem. Mas este crescimento efémero não durou muito devido à carência de mão-de-obra qualificada e não muito mais tarde do desenvolvimento de técnicas de produção em série de vestuário, seguindo modelos e métodos provenientes dos Estados Unidos, o que para muitos industriais era visto como a única saída para supera as várias carências existentes. No âmbito destes acontecimentos, a indústria desenvolveu-se no pronto-a-vestir, melhorando assim a sua qualidade. Naturalmente neste contexto, o vestuário feito por medida perde dimensão e passa a ser restrita uma clientela mais seleccionada, exigindo uma nova relação alfaiate - cliente.

2.2 A alfaiataria

Alfaiataria continua a ser uma profissão que resiste ao tempo. Com a evolução, o desenvolvimento e a modernização industrial da produção têxtil e vestuário, ainda existem pessoas que preferem as mãos de um alfaiate para confeccionar a sua roupa. A elegância, estilo e tradição são resultados de anos de trabalho artesanal e aliados à sua personalidade e medidas. Culminando com o prazer de vestir bem e a dedicação do bom gosto e bons costumes. Este tipo de trabalho artesanal do alfaiate para uma roupa exclusiva começa com a escolha do tecido. Através do alfaiate foi possível desenvolver uma nova forma de estética no vestuário, de forma a imitar o corpo humano e ao mesmo tempo que o melhora.

Os Homens tornaram-se gentis-homens, *gentlemen*, em si mesmo um conceito do recente século XIX, e perderam a disposição para comportamentos chamativos em favor da discrição, simplicidade e perfeição de corte. Houve tremendas inovações nos últimos cem anos em termos de moda e da arte da alfaiataria, as máquinas de costura fazem o trabalho de costurar, produzindo costuras direitas melhor do que se fossem feitas á mão. Novas tecnologias no fabrico de tecidos produziram tecidos mais confortáveis, permitindo a adaptação das tendências a estilos de vida mais despreocupados. Contudo a alfaiataria é, e provavelmente continuará a ser, uma arte, o alfaiate ainda crê em criar roupa de forma personalizada, como sempre o fez. Os alfaiates podem ser considerados os representantes do produto único e de qualidade. Essa é no fundo a marca da sua tradição.

JONES (2005) refere que as técnicas de alfaiataria incluem a costura que são uma extensão desta, quer seja a nível de vestuário masculino ou feminino. É um método de combinar e

modelar tecidos para criar a forma desejada no corpo, uma combinação de técnicas de colocar os enchimentos, pespontar e passar. Tecidos de lã e lã penteada respondem muito bem às técnicas de alfaiataria por causa da maleabilidade inerente a esses materiais, mas a alfaiataria não é restrita aos fatos de lã, os alfaiates utilizam uma variedade de tecidos que podem ser trabalhados.



Figura 2.2 - Blazer desenhado em tecido, fase antes de passar ao corte.

Fonte: A-do-Alfaiate.

O trabalho de alfaiataria é normalmente visto em fatos masculinos, femininos e casacos. Um *blazer* pode ter de quarenta a cinquenta peças para depois juntar de forma a ficar completo. Um fato masculino de alfaiataria sob medida da Savile Row de Londres pode chegar a custar algo como 5.200 euros, mas a maior parte dos fatos é vendida nas lojas de grandes cadeias de vestuário, por uma média de 700 a 1.200 euros ou por preços de pronto-a-vestir, que vão de 250 a 700 euros.

Os fatos também podem ser feitos sob medida com o uso de máquinas, no processo conhecido como *demi-measure*, em que a forma de confecção é similar aquela que é utilizada no processo dos fatos produzidos sob medida, mas é feita a partir de um molde padrão adaptado às medidas individuais; cintura, punhos e bainhas podem ser ajustados por uma costureira da própria loja.

Nas duas últimas décadas os mercados de moda desportiva e casual masculina, estão em rápida expansão, têm pressionado o mercado de fatos de alfaiataria, já que as roupas informais são cada vez mais aceites nos ambientes de trabalho. O preço do vestuário de alfaiataria teve de diminuir para ser competitivo e a confecção de fatos tornou-se um pouco mais rápida. Na última década, o relaxamento da formalidade na indumentária de trabalho, e

a influência de alfaiates como Armani, suavizaram o estilo e a construção do fato tradicional. Cada vez mais, são utilizados tecidos flexíveis, com acabamentos sintéticos elásticos que acrescentam conforto e diminuem a necessidade de revestimentos, criando uma maior opção de tecidos e detalhes.

2.2.1 Descrição dos alfaiates

Segundo o projecto, do IPAM Lab, “Alfaiataria: um estilo de vida? Experiências e serviço nas alfaiatarias portuguesas” enquadrado na área científica do “Marketing de Luxo”, é do campo para a cidade, por vontade própria ou por obrigação deixavam desde cedo as brincadeiras de criança e entravam no mundo da alfaiataria para aprender e dar os primeiros dados à mão. Um longo percurso era percorrido até se tornarem mestres. Muitos até passaram em várias alfaiatarias para puderem aprender mais e subir na hierarquia na alfaiataria (Figura 2.3). Este é o percurso profissional comum aos alfaiates que se inserem na faixa etária acima dos 50 anos.

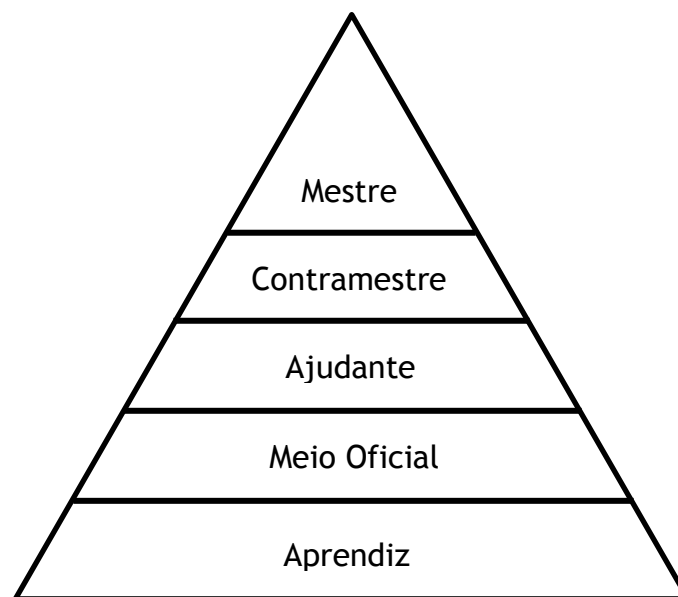


Figura 2.3 - A hierarquia na alfaiataria.

Fonte: Informação recolhida do Anuário dos alfaiates 2013, construção própria 25/9/2013.

Na alfaiataria existe uma hierarquia em que o aprendiz é o elemento que se inicia na profissão, meio oficial é o oficial que costura peças de vestuário, segue-se o ajudante profissional que corta os tecidos com orientação do contramestre ou com moldes, posteriormente o contramestre é o profissional que auxilia o Mestre, tira medidas, faz moldes, corta tecidos e prova as peças de roupa aos clientes, por fim e o mais importante, o mestre é o profissional que também pode ser o proprietário do estabelecimento e que está capacitado quanto às medidas, corte, preparo e acabamento das peças de roupa.

Apesar de serem cada vez menos ainda, existem alfaiates por todo o país, estes mantêm a tradição, através do trabalho artesanal, da experiência personalizada e de um íntimo e familiar. No entanto alguns procuram a inovação através da introdução de serviços complementares à alfaiataria. O “*Anuário da alfaiataria 2013*” refere que as idades variam entre os 30 e acima dos 70 anos de idade sendo que a maioria concentra-se na casa dos 60. Os alfaiates revelaram preocupação com o futuro da sua profissão, e apontam a falta de jovens para aprender o ofício e a falta de incentivos à aprendizagem como sendo as razões da extinção de uma arte apaixonante e cheia de história.

Relativamente aos preços praticados, também neste factor encontrou-se algumas diferenças entre diversos alfaiates. Constata-se que o preço de um fato poderá oscilar entre os 350-600 euros e acima dos 1500 euros, sendo que a este factor está associada a qualidade dos tecidos escolhidos pelos clientes.

O “passa-palavra” é a forma de comunicação/publicidade típica desta profissão, sempre assim foi e assim o será. Como referem os alfaiates são os clientes quem passa a palavra aos amigos e conhecidos. É como se obra feita (o fato) “falasse por si”. Por isso, e como referem os alfaiates é importante servir bem, fazer um fato de qualidade e manter o cliente satisfeito pois só desta forma voltará e trará um novo freguês. Contudo verifica-se, sobretudo nos alfaiates mais jovens, a adesão à internet e participação em eventos, como forma de divulgação do seu trabalho.

Sintetizando, a inovação ao longo dos tempos e a forma de comunicação com os clientes, pode-se categorizar os alfaiates em termos de estilo e verificar que daqui resultam três grandes tipos: os tradicionais, os contemporâneos e os inovadores. Verifica-se que 22% alfaiates se mantêm no estilo tradicional, 39% no estilo contemporâneo e os restantes o estilos inovador. O alfaiate teve desde início um factor fundamental na evolução da indumentária masculina. Cada alfaiate dá a cada um dos seus clientes um tratamento individual e pessoal, pois para o alfaiate o cliente não é um número e é sim uma pessoa com individualidade, gosto e vaidade. Presam em fazer o melhor para o seu cliente, levando sempre em consideração corrigir possíveis defeitos da sua anatomia.

2.2.2 Os clientes

Segundo o estudo realizado no projecto do IPAM Lab, ao nível dos clientes também se encontram algumas diferenças e particularidades, no entanto, são homens principalmente de bom gosto que estão ligadas à advocacia, política, administração de empresas e medicina que são áreas consideradas distintas na nossa sociedade. Pertencem à classe média, média-alta e uma vasta faixa etária procura este tipo de serviços.

Este estudo constatou que uma grande maioria dos clientes de alfaiates situa-se na faixa etária acima dos 45 anos de idade. Contudo realça-se o facto de 50% dos alfaiates inquiridos referirem ter clientes com idade compreendida entre os 25 e os 45 anos de idade.

Quanto à motivação que levam os clientes a procurarem este tipo de produtos, verifica-se que a qualidade superior, a exclusividade, a estética e vestir bem, a usabilidade, a satisfação e o prazer, a confiança e a tradição familiar, são algumas das razões que motivam clientes de alfaiates. No entanto destaca-se a qualidade, a exclusividade e personalização (Figura 2.4), verifica-se também que a procura do serviço da alfaiataria está associada à herança e tradição das famílias. Por vezes existem clientes mais clássicos tanto ao nível dos tecidos e forros como dos feitios e outros mais excêntricos mas ambos reparam e valorizam os pormenores do trabalho e personalização da peça.



Figura 2.4 - Um exemplo de personalização de um blazer para um cliente, realizado pelo alfaiate Paulo Batista.

Fonte: A-do-Alfaiate.

2.2.3 A alfaiataria em Savile Row

Roetzel (1999) refere Savile Row como a meca dos fatos por medida. Num mundo em que se dá um peso maior a um criador artesanal, Savile Row é um dos últimos guardiões em que a criação de uma obra em que o processo de produção se inicia e termina nas mesmas mãos, ou seja, o alfaiate. Roetzel define a alfaiataria sob medida como uma peça cortada por um indivíduo para um indivíduo. Para cada cliente é criado um único corte, tendo em conta as exigências do cliente, adaptando-as à sua personalidade, gosto e individualidade. Não há, sem dúvida, nenhum canto do mundo onde essa individualidade é tão concentrada como em Savile Row e nas ruas adjacentes (Figura 2.5).

O alfaiate inglês foi treinado para usar tecido à base de lã, e após anos de experiência e prática, desenvolveu técnicas para moldar a roupa ao corpo do cliente sem ter que duplicar exactamente as formas verdadeiras do utilizador.



Figura 2.5 - Cavaleiro às compras na rua de Savile Row.

Fonte: <http://www.globalgrasshopper.com/wp-content/uploads/2011/07/Savile-Row.jpg>

Consultado em: 13/5/2013

Savile Row é a meca dos apaixonados por alfaiataria sob medida inglesa, tendo cada casa de alfaiataria o seu estilo próprio. Casas de alfaiataria como a Anderson & Sheppard, J. Dege & Sons, Huntsman, Tobias Tailors, Kilgour, French & Stanbury e Henry Poole & Co., que formam esta rua de Londres numa referência à alfaiataria sob medida.

Savile Row é Poole, no início do século XIX, esta casa foi fundada em 1806, contava com mais de trezentos alfaiates e foi, assim, a maior empresa de seu sector em todo o mundo. A lista de clientes de Poole é uma viagem através da história dos séculos XIX e XX. Ainda hoje entre clientela internacional muitos membros da nobreza. Apesar da gloriosa história da casa, em Poole (Figura 2.6) ainda está trabalhando com naturalidade. Isto é visto não apenas na

quantidade que os funcionários são dispensados entre si, mas também no atendimento ao cliente. Ninguém impõe um estilo, o que certamente contribuiu para o seu sucesso contínuo.



Figura 2.6 - Loja de Henry Poole & Co, na rua de Savile Row em Londres.

Fonte: <http://pinstripepulpit.com/window-shopping-with-our-man-in-london/> Consultado em: 13/5/2013



Figura 2.7 - Exemplo de um fato com corte inglês.

Fonte: <http://blog.idoityourself.com.au/2013/02/the-other-day-we-came-across-this-great.html> Consultado em: 18/4/2013

Num fato tradicional inglês as ombreiras são muito discretas ou ausentes, geralmente tendem a não serem destacadas. No entanto, cada medida tem ideias diferentes sobre a forma das almofadas. O casaco de corte inglês possui duas aberturas laterais o que permite ao cliente pôr as mãos nos bolsos.

2.2.4 A alfaiataria em Itália

Para Roetzel é difícil imaginar um contraste maior do que entre um inglês e um italiano. No que respeita à forma de vestuário, para além disso, as diferenças entre eles são irreconciliáveis. Por um lado, a discrição britânica, atingindo a auto-negação do outro, os italianos, com uma paixão pela excelência que, por vezes, torna-se vaidade pura.

Na alfaiataria italiana, o cliente prefere destacar-se, já que está convencido da sua individualidade e importância. O fato utilizado deve destacar a sua singularidade, não numa extravagância berrante, mas com uma certa elegância em que geralmente o cliente inglês não está interessado e destina-se apenas a vestir-se adequadamente. O italiano aspira a elegância clássica no seu vestir e estilo de vida, daí e segundo Roetzel o fato italiano é apenas isso: inteligente, tem qualidade, é exclusivo e requintado. Sua qualidade é evidente no tecido, macio e leve, nas cores, na delicadeza, no corte das roupas magníficas.



Figura 2.8 - Exemplo de um fato com corte italiano.

Fonte: <http://blog.idoityourself.com.au/2013/02/the-other-day-we-came-across-this-great.html> Consultado em: 18/4/2013



Figura 2.9 - Loja Brioni em Itália.

Fonte: http://luxguru.typepad.com/lorre_white_the_luxury_gu/2011/07/page/2/ Consultado em: 24/4/2013

Brioni é uma das empresas italianas melhor conceituadas no mundo da alfaiataria deste país. Foi fundada por Gaetano Savini e Nazareno Fonticoli em 1945, com Armando Calcanti como parceiro de capital. Graças à sua colaboração, e depois de um percurso de trabalho desenvolvido por Savini e Fonticoli, estes sobressaem como a alfaiataria inglesa e estabelecem seu próprio estilo italiano, que é considerado um clássico como Inglês. Em meados dos anos cinquenta, Brioni (Figura 2.9) estava presente em vinte lojas no continente americano. O estabelecimento em Roma oferece um serviço de alfaiataria, onde o cliente procura o máximo em individualidade no corpo e na forma quando encomenda o seu fato Brioni.

2.2.5 Termos utilizados na alfaiataria

Ponto de volta - um ponto feito à mão usado para unir peças de vestuário. É assim chamado porque a agulha, durante a operação, volta a ser inscrita no final do não anterior.

Ponto cego - um ponto, feito à mão ou à máquina, que não atravessa directamente através do tecido.

Molde - um modelo feito em papel ou cartão utilizado para fazer partes de uma peça de vestuário sobre o tecido.

Costura ligada - uma costura com margens no tecido para evitar o desgaste.

Drapear - um adjectivo que descreve a forma como o pano cai quando pendurado.

Cara - o lado de fora ou o lado direito do tecido que é visível quando a peça de vestuário está concluída.

Bolso boca de sapo - um bolso de umas calças em forma de corte em ângulo e posicionado abaixo da cintura.

Lustro - brilho dos tecidos após terem sido passados, causada por calor e pressão nas áreas de espessura extra, tais como os bolsos e costuras.

Ganso - um termo antigo para descrever um ferro de passar que era semelhante à forma de um ganso.

Entretela - uma peça de tecido inserido para reforçar ou aumentar uma área da peça de vestuário.

Bainha - o tecido que se vira na parte inferior de uma peça de vestuário, como por exemplo, na parte inferior da perna da calça ou da extremidade inferior de um casaco.

Fita de bainha - uma fita de reforço usada na bainha das calças para evitar o desgaste do tecido.

Elevador de joelho - a alavanca sob uma máquina de costura industrial que é trabalhado com o joelho da costureira para levantar o calcador durante as operações de costura.

Alfinetes - alfinetes de aproximadamente 10-15cm, com grandes cabeças. São usadas para manter o tecido estável durante o processo de corte, particularmente quando se corta múltiplas camadas e se verifica desenhos.

Forro - o material usado para o interior de uma peça de vestuário.

Chumaços - camada de enchimento de algodão ou feltro usada para definir o ombro do casaco.

Saia - parte de um casaco que fica abaixo da cintura. (Também uma peça de roupa utilizada por mulheres).

Costura - uma sequência de pontos feita num tecido.

Prega - uma prega de tecido é um pedaço de tecido dobrado, cosido a uma distância igual a partir da borda.

Bespoke tailor/feito sob medida - descreve um elevado grau de personalização e envolvimento do utilizador final, na produção e mercadorias. As roupas por medida são tradicionalmente cortadas num padrão elaborado a partir do zero para o cliente e feitos à medida, produzidas por encomenda a partir de um padrão ajustado.

2.3 Alfaiataria industrial

A profissão de alfaiataria tem evoluído, mas também os métodos que são utilizados nesta profissão. Existe uma série de modelos de negócios distintos que os alfaiates modernos podem praticar. Foi através da evolução da tecnologia que se progrediu na transformação das matérias-primas, evoluindo conseqüentemente nos equipamentos utilizados na indústria. A localização das empresas e a organização de trabalho foram fundamentais para a evolução da indústria até aos nossos dias.

2.3.1 Revolução industrial e pronto-a-vestir

Desde a invenção do pronto-a-vestir, em meados do século XX, das roupas produzidas em série, que o desaparecimento do alfaiate tem sido prenunciado. Contudo, os artesãos têm conseguido sobreviver e mesmo prosperar, demonstrando a óbvia existência de algo único e pessoal nas nossas vidas, nesta época do insípido e da produção em massa.

As fábricas do início da Revolução Industrial não apresentavam o melhor dos ambientes de trabalho. As condições das fábricas eram precárias. Eram ambientes com péssima iluminação, abafados e sujos. A revolução tornou os métodos de produção mais eficientes. Os produtos passaram a ser produzidos mais rapidamente, a um preço baixo estimulando o consumo. Por outro lado, aumentou também o número de desempregados. As máquinas foram substituindo, aos poucos, a mão-de-obra humana. A produção de roupas em massa tornou-se possível com a invenção da máquina de costura.

“O prêt-à-porter favoreceu a democratização da griffe, a multiplicação das marcas, mas também o fetichismo e a sua banalização e, por conseguinte, o nascimento da contrafacção, isto é, o aparecimento d estética do “vendedores de rua”, versão populista da democracia da moda.”

A Invenção da Moda, Massimo Baldini, 2006

Segundo BALDINI (2006), no final dos anos sessenta do século XX houve uma revolução democrática da moda designada por *prêt-à-porter*. Em 1957, em Paris, realizou-se o primeiro salão do *prêt-à-porter* feminino, anos mais tarde viria a concretizar-se o masculino. A partir desta época, a maioria das roupas começaram a ser confeccionadas em série e eram de baixo custo.

É com a massificação do pronto-a-vestir que veio a diversidade de tamanhos e foram estabelecidos os tamanhos padrão, umas vezes traduzidos em números, embora muitas vezes os tamanhos estejam disponíveis em letras, sendo os mais comuns: S, M, L, XL, tornando assim estes tamanhos com as medidas mais previsíveis ou as medidas que mais vezes se repetiam.

Nos dias de hoje, um único fato é cortado e em seguida passa por um processo de construção, um método semiautomático desenvolvido pelas confecções italianas. Os fatos mais baratos normalmente são feitos em maior quantidade, nos tamanhos padrão. Equipamentos de CAD/CAM, costura automatizada e entretelas são utilizados para eliminar o máximo possível de operações manuais.

2.3.2 Segmentação do mercado

Os designers e empresas têm a necessidade de, inicialmente, identificar o seu público-alvo, para isso vão se basear em factores como o género, atitudes e valores (são indicadores do estilo de vida do consumidor), características físicas, circunstâncias económicas, classe social, comportamento social demografia, estilo de vida, idade e também religião.

Segundo JONES (2005), de uma forma geral a indústria está segmentada em três divisões: mercado feminino, mercado masculino e moda infantil. Uma vez que a dissertação é acerca da alfaiataria masculina, convém apenas referir que o mercado masculino. Este responde aproximadamente a 24% do mercado e está em expansão. O sector vem passando por mudanças dramáticas já há um século, o que o torna um estimulante mercado de trabalho. No último século os fatos de alfaiataria representavam metade das compras de roupas masculinas. Hoje, embora os homens gastem proporcionalmente menos em roupas e mais em aparelhos electrónicos, desportos e viagens, há mais homens a comprar roupa com mais frequência, e as preferências masculinas são as roupas casuais e confortáveis. O design europeu de roupas masculinas é mais ousado no estilo do que o norte-americano, mas a moda dos Estados Unidos geralmente lidera nos estilos mais casuais e desportivos e foi responsável por pagar as fronteiras entre as roupas para trabalho e para o lazer. O vestuário masculino caracteriza-se por mudanças mais lentas nas silhuetas e escolhas de cores, pela grande atenção aos detalhes e pelo marketing por meio da logo marca e da exposição da marca.

2.3.3 Estruturas de uma empresa de vestuário

Verticalização é a estratégia que prevê que a empresa produzirá internamente tudo que seja possível, ou pelo menos tentará produzir. Foi predominante no início do século, quando as grandes empresas praticamente produziam tudo o que usavam nos produtos finais. A verticalização era decorrente da preocupação de manter o controlo sobre as tecnologias de processo, de produtos, negócios e segredos industriais. Porém, o elevado número de actividades realizado internamente acarretou problemas gerenciais devido ao aumento do porte da empresa, e actividades não ligadas directamente ao negócio principal, com consequências para a perda da eficiência e o aumento do custo de produção. Este sistema possui algumas vantagens como a independência de terceiros, há uma maior autonomia e lucros existindo também um domínio sobre a própria tecnologia. Como desvantagens este

género de empresas terá de fazer um maior investimento e são também empresas de uma menor flexibilidade.

Horizontalização consiste na estratégia de comprar a terceiros o máximo possível dos itens que compõem o produto final ou os serviços de que o produto necessita. É tão grande a preferência da empresa moderna por ela que, hoje em dia, é um dos sectores de maior expansão. Algumas das vantagens do sistema de horizontalização é a redução de custos, a flexibilidade para definir volumes de produção onde o foco principal da empresa é no produto. No entanto, algumas das suas desvantagens é o menor controle tecnológico, existe uma dependência de terceiros não obtendo assim os lucros do fornecedor.

2.3.4 A hierarquia na indústria

No caso da Twintex, empresa a qual me basei para o meu estudo caso, funciona na horizontal, isto é, a empresa compra tecidos e aviamentos a terceiros e dentro da empresa, apenas é feita a ficha técnica, a modelagem e a confecção das peças.

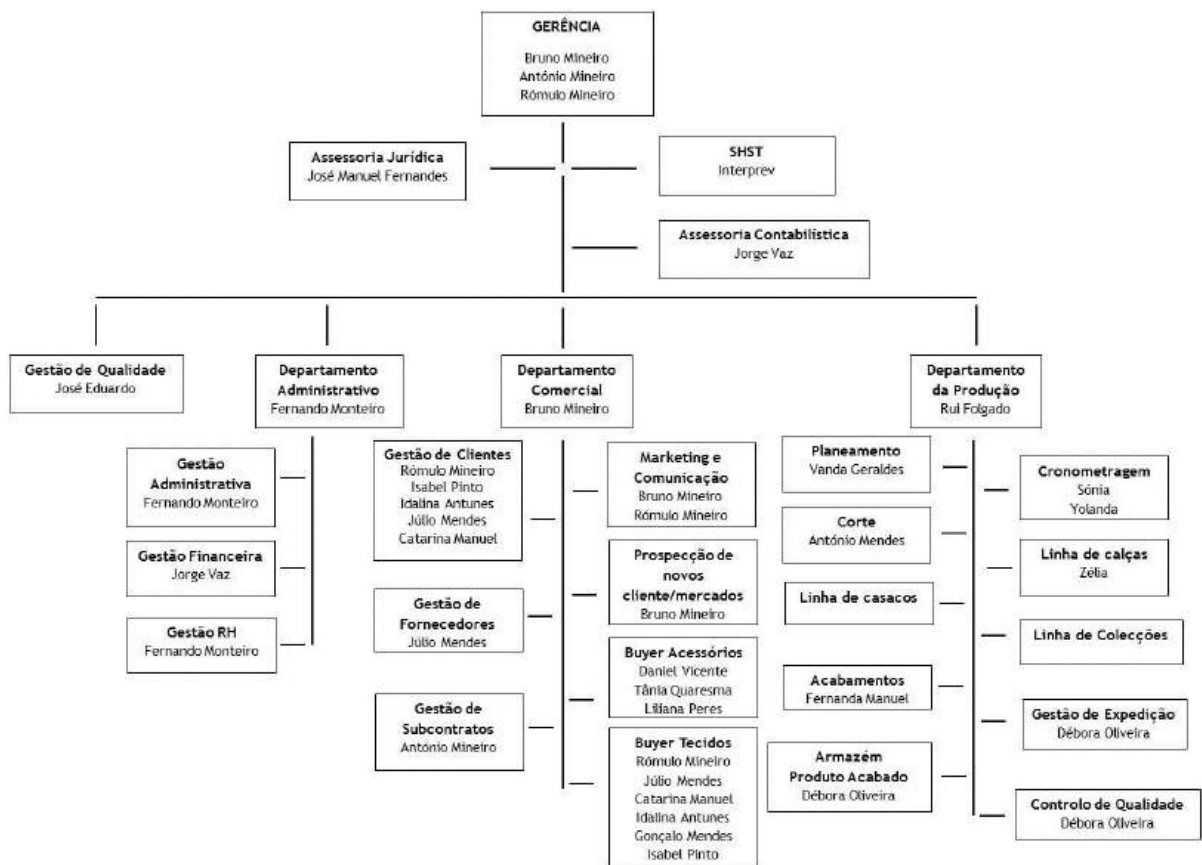


Figura 2.10 - Ornanigrama da empresa Twintex facultada pela própria empresa.

Fonte: informação e organização facultada pela Twintex, adaptação de autoria própria.

2.3.5 Fast Fashion

Actualmente, na indústria de vestuário, é praticamente inevitável não mencionar o *fast fashion*. Este conceito surgiu na Europa na década de 90, o termo em inglês *fast fashion* significa moda rápida, refere-se a roupas e acessórios que são projectados para reflectir as tendências actuais da indústria, no entanto, produzidos com materiais menos caros para garantir um preço baixo no produto final dentro de um curto espaço de tempo. Nas duas últimas décadas, os retalhistas de vestuário como a H & M, Zara e Forever 21 popularizaram *Fast Fashion* entre os consumidores comuns. No entanto, nem todas os consumidores são grandes fãs desta tendência.



Figura 2.11 - Imagem I de um vídeo ilustrativo e explicativo do *fast fashion*.

Fonte: <http://www.onlinemba.com/blog/business-of-fast-fashion> Consultado: 15/10/2013

Foi através de um vídeo do *Master Business of Administration* (MBA) explica o que é o *fast fashion* (Figura 2.11 e 2.12) e o facto de muitos designers se queixaram que *fast fashion* reduziu originalidade conceptual dentro da indústria do vestuário, a fim de produzir um maior volume de artigos de vestuário e acessórios. Zara, por exemplo, lança no mercado 10 mil novos itens a cada ano, a maioria dos designers boutique, por comparação, a liberação entre 50 e 100 peças.

Lojas como H & M, Zara e Forever 21 são exemplos perfeitos de *fast fashion* - roupas baratas que trazem estilos passarela para o público em questão de semanas. Zara emprega grandes equipas de designers de moda e gera 10 mil novas peças a cada ano, em comparação a um designer de boutique de luxo que possa supervisionar a produção de apenas 50-100 peças a cada ano.



Figura 2.12 - Imagem II de um vídeo ilustrativo e explicativo do *fast fashion*.

Fonte: <http://www.onlinemba.com/blog/business-of-fast-fashion> Consultado: 15/10/2013

Além do impacto no meio-ambiente e no excesso de consumismo, é também na qualidade do produto, neste caso do vestuário, que se verifica a baixa qualidade de um peça que é produzida com materiais mais baratos, num curto espaço de tempo, recorrendo a uma mão-de-obra barata, o que resulta numa peça de vestuário que nem sempre é perfeita e que na maioria das vezes chega ao cliente com defeitos.

Capítulo 3 - Componentes da Alfaiataria

3.1 Modelagem

“A arte do alfaiate também se apoia na capacidade de fazer roupas que escondam as imperfeições do corpo.”

Sue Jones, 2005

Desde os tempos primitivos, a confecção de vestuário é uma actividade que se tem desenvolvido. Com a Revolução Industrial, adquiriu um carácter de produção em larga escala e evoluiu com o desenvolvimento das tecnologias, reduzindo o tempo de desenvolvimento de um produto. Na arte da alfaiataria, um dos momentos de relevância na concepção de um fato, é a técnica de modelagem por isso suponho que seja pertinente referi-la, de uma forma sintetizada.

3.1.1 Contexto histórico

Os primeiros sinais do surgimento da modelagem propriamente dita datam do século XVIII. Aparecem os primeiros catálogos de roupa prontas à venda, em Hamburgo, enquanto em Paris, no ano de 1770, Dartigalongue declara estar apto a fornecer vestuário em todos os tamanhos e modelos, porém, sua produção permanecia manual e de modo arcaico.

A industrialização permanecia distante no sector de vestuário, o que se estendeu ao longo do século XIX.

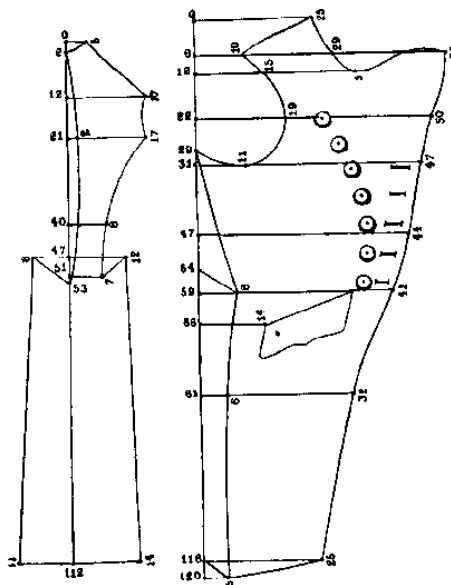


Fig. 461. PATTERN OF COAT OF 1794

Figura 3.1 - Molde de um casaco de 1794.

Fonte: Köhler, Carl. História do vestuário, Martins Fontes, São Paulo 2001. Consultado em: 25/11/2012

Entretanto, com o desenvolvimento das cidades e o aumento significativo no volume de habitantes exigiam o estabelecimento de novos direccionamentos neste segmento. Composta, na sua maioria, por homens do campo, que buscavam empregos nas novas fábricas, visto que a subsistência nos campos apresentava-se em declínio, a indústria foi, para essa classe da população, uma nova possibilidade de trabalho. Com poucos recursos, essa fatia da população buscava um vestuário barato. Fato este serviu de estímulo ao desenvolvimento da indústria do vestuário, a fim de atender as necessidades desse novo grupo de habitantes nas cidades.

Porém, muitas dificuldades viriam para a produção em série, que teve na definição de uma tabela de medidas um factor primordial. (Figura 3.2)

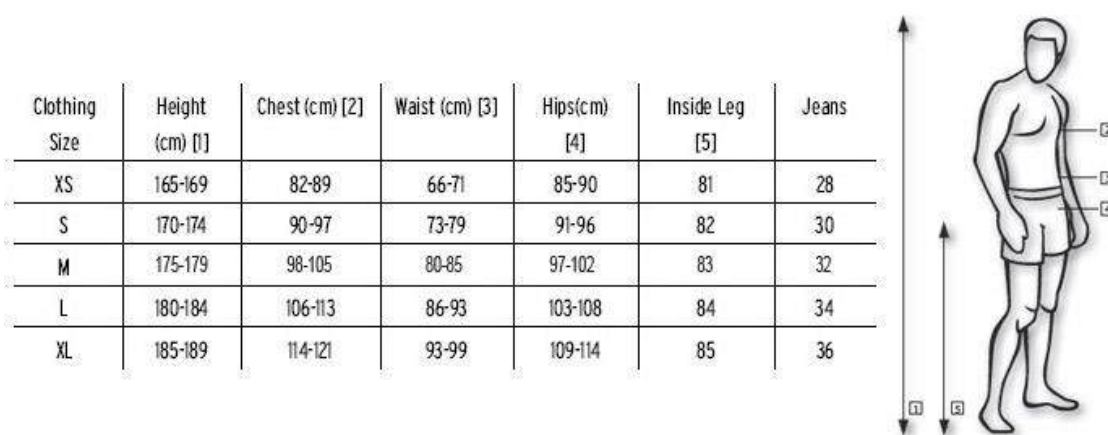


Figura 3.2 - Exemplo de uma tabela de medidas masculina actual.

Fonte: <http://lobodaestepe.com/2010/01/08/tabela-internacional-de-numeros-de-calcados-e-roupas/> Consultado em: 15/1/2013

Para Mello (2006, apud. ROSA, 2008), o estabelecimento de medidas afirmou-se quando houve a necessidade de fabricar uniformes militares, no século XVIII, em que havia uma grande diversidade de modelos, para atender a exércitos com postos profissionais definidos. No entanto, no decorrer do século XIX, esta situação permaneceu sem muitos progressos, ainda que a indústria têxtil se apresentasse em pleno progresso tecnológico. Consoante as necessidades e a evolução, a modelagem definiu-se como podendo ser desenvolvida em dois planos, o plano bidimensional e o plano tridimensional.

3.1.2 Definição de modelagem

Segundo Stefania Rosa em 2008, a modelagem é uma técnica responsável pela construção de peças de vestuário, através de uma leitura e interpretação de um modelo específico. Este procedimento implica na tradução das formas da indumentária, um estudo da silhueta humana, um conhecimento de tecidos entre outros elementos da peça de vestuário a ser produzida. A modelagem ocorre por meio da interpretação de um desenho de moda (ilustração) e a sua transformação em molde. Neste sentido, a modelagem é um factor decisivo para obter um produto de qualidade e atender aos exigidos do mercado.

3.1.3 Modelagem bidimensional

A modelagem bidimensional, denominada como modelagem plana industrial, consiste na arte e técnica da construção de peças a partir do estudo anatômico do corpo humano, utilizando os princípios da geometria para o traçado de diagramas que resultarão em formas a envolver o corpo. É um trabalho de precisão que exige medidas e o cálculo apurado de proporção e habilidade para imaginar o efeito em três dimensões. Os moldes planos são criados a partir de um conjunto de medidas e a construção dos moldes em duas dimensões é rápida, economicamente viável e indispensável para a indústria da moda, além de também ser projectada posteriormente para o sistema computadorizado.

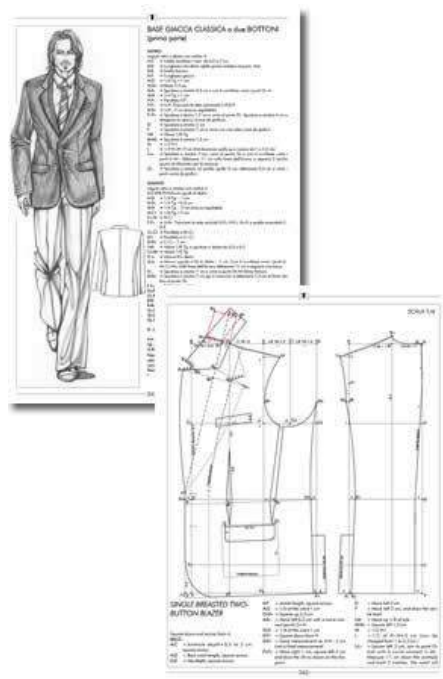


Figura 3.3 - Exemplo de um livro que explica como fazer um molde bidimensional.

FONTE: <http://www.fashiontechniques.com/pattern-making-book.htm> Consultado em:

25/8/2013

3.1.3.1 Modelagem CAD

Proveniente da modelagem plana, a Modelagem Computadorizada - CAD/CAM utiliza os mesmos princípios, porém, auxiliada pelas recentes tecnologias. O processo de modelagem computadorizada representa o conceito de modernização e otimização tecnológica, facultando uma maior mobilidade no processo, rigor nas medidas e consequentemente gerando mais lucratividade às indústrias de confecções. (ROSA, 2008)

Ao trabalhar em Modaris, programa de modelagem utilizado pela maioria das empresas, onde temos os moldes em 2D que pertencem a uma peça e a integram na sua totalidade. É neste plano bidimensional que fazemos a distinção de cada peça e o fundamento de cada uma, peças inseridas numa variante, que através da função visualização de tipos de tecido constatamos o que é o quê e o que cada cor corresponde. (Figura 3.4 e Tabela 3.1)

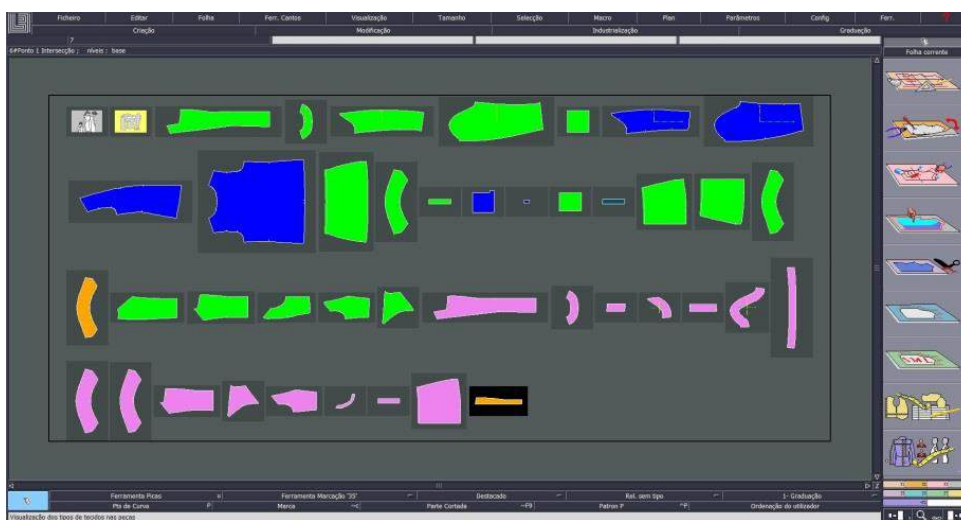


Figura 3.4 - Programa Modaris, exemplo em que cada material corresponde a um determinado material.

Fonte: Lectra Systems, em 25/9/2013

COR	MATERIAL
Verde	Tecido
Vermelho	Entretelas
Rosa	Amaciador
Azul	Manta agulhada
Amarelo	Crina

Tabela 3.1 - Exemplo da relação entre cores e materiais pode não corresponder à realidade, pois estas variam de computador para computador.

Fonte: Autoria própria 16/9/2013

3.1.4 Modelagem tridimensional

No plano tridimensional, técnica também conhecida como *moulage*, derivada de “moule” palavra francesa que significa forma, ou *draping*, outra denominação originada do inglês - a base a ser trabalhada é o tecido ou tela, assim chamado. (ROSA, 2008)

Segundo Jones (2005), *moulage* é a técnica que desenvolve uma peça de vestuário/roupa, ou mesmo um molde, trabalhando o tecido directamente no corpo ou no manequim. Esta é uma técnica de modelagem muito utilizada actualmente, pode ser feito logo no tecido final ou em pano-cru.

Moulage é um termo de *design* de moda, onde o designer encaixa e molda o tecido directamente no manequim e também para desenvolver algum género de padrão para a roupa. É um processo de *design* de moda que permite ao *designer* criar tridimensionalmente (em três dimensões). Quando se termina o processo de *moulage* (Figura 3.5) é mais fácil de entender e planificar para só então posteriormente obter os moldes dessa peça de vestuário. O processo melhora a qualidade estrutural das peças em todos os sectores fabris. Assenta na dinâmica entre o *design* conceptual, o *design* detalhando a pesquisa de forma a poder gerar novos conceitos na criação de produtos inovadores/diferenciados com valor acrescentado.



Figura 3.5 - David Teboula a executar *draping* para a marca Yves St. Laurent.

Fonte: <http://thesewingdivas.wordpress.com/category/draping/> Consultado em: 13/8/2013.

Técnica	Modelagem Bidimensional	Modelagem Tridimensional
Método	Manual ou sistema computadorizado (Modaris)	Manequim tridimensional (<i>Moulage</i>)
Tempo	1 Horas	5 Horas
Estética	Detalhes localizados de forma desproporcional ao tamanho da peça	Detalhes localizados com maior precisão
Visibilidade	Percepção das formas e volumes	Manipulação real das formas e volumes do corpo, educação visual
Vestibilidade	Maior número de ajustes nos protótipos	Sem ajustes nos protótipos, melhor adequação ergonómica
Construção de bases	Construção através de gráficos	Construção directa em um modelo técnico
Funcionalidade	Fica restrito à tabela de medidas, e conceitos pré estabelecidos	Torna possível o estudo de dobras, deslocamento de linhas, estruturas, volumes e ajustes
Conceito	Exige grande conhecimento de medidas antropométricas e percepção tridimensional	Exige técnica manual, visual, sensibilidade e ação criativa.

Tabela 3.2 - Comparação estabelecida entre as duas técnicas de modelagem.

Fonte: revistas.unipar.br/empresarial/article/view/2679/2043, consultado em 5/9/2013.

Para Stefania Rosa, existem seis fases para o desenvolvimento da modelagem plana industrial, que são devidamente explicadas na seguinte tabela.

FASES		
1	Definição da tabela de medidas	Definição da Tabela de Medidas a ser utilizada para a construção dos diagramas de acordo com a realidade da empresa e o público a que se destina. Geralmente, as indústrias de confecções tem pré-estabelecidas suas tabelas, possibilitando uma padronização em seus tamanhos.
2	Traçado do diagrama	Os diagramas são combinações de rectas e curvas em planos rectangulares. Nesse contexto são aplicados nas linhas provenientes as medidas da tabela, pré-concebidas a partir do estudo anatómico do corpo humano, originando formas que irão vestir o corpo. Esses diagramas serão denominados bases e poderão receber inúmeras interpretações.
3	Interpretação de modelo específico	Após uma análise detalhada do modelo a ser interpretado, a partir de leitura do desenho técnico do produto presente na ficha técnica, o Modelista irá definir as medidas complementares necessárias para transformar a base de modelagem no modelo idealizado e proceder as modificações.
4	Preparação da modelagem para o corte	Nesta nova etapa, após a interpretação do modelo, a modelagem será preparada para o corte e um protótipo será confeccionado a fim de visualizar o caimento da peça. Todas as partes receberão acréscimo de margens de costuras, marcações de piques, sinalizações, localizações de bolsos e outros detalhes, além de marcações como fio recto, tamanho, nomenclatura do molde, orientação de corte, etc.
5	Ajustes e correções	O protótipo será submetido à prova em busto de costura ou corpo de prova para verificação de possíveis ajustes, a fim de serem corrigidos. Com a aprovação do modelo, o molde estará pronto para a gradação.
6	Gradação	A gradação consiste na ampliação e redução dos moldes testados e aprovados nos diversos tamanhos da tabela de medidas.

Tabela 3.3 - Fases do desenvolvimento da modelagem plana industrial.

Fonte: Alfaiataria - Modelagem Plana Masculina, STEFANIA ROSA, 2008. Consultado em: 20/3/2013

3.2 Gradação

Um criador ou uma marca, ao projectar uma colecção de vestuário, seja ela feminina ou masculina, esta deve estar disponível no mercado em todos os tamanhos, com a intenção de alcançar clientes com diversas fisionomias físicas. Assim sendo, o modelista precisa de dominar a técnica de gradação. Este processo verifica-se, essencialmente, na industrialização de vestuário. (Figura 3.6)

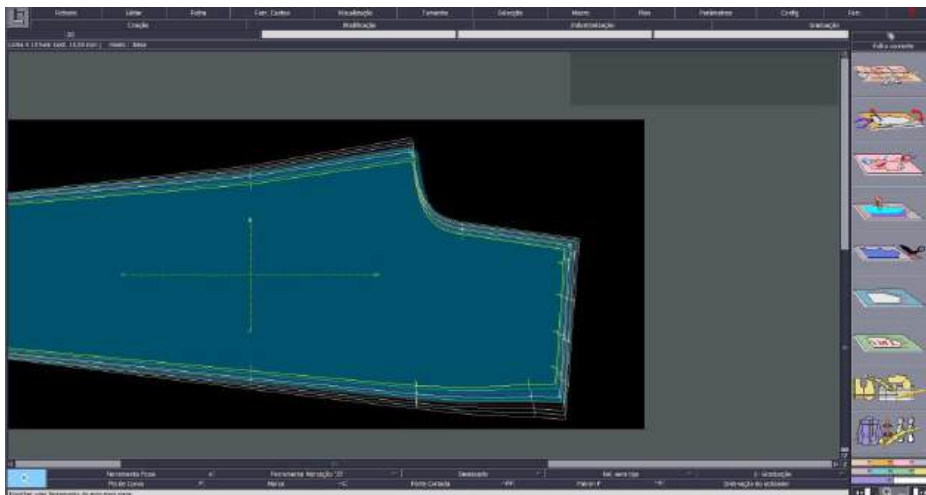


Figura 3.6 - Programa Modaris, exemplo de uma calça graduada, onde o azul corresponde ao tamanho base e as linhas de outras cores aos vários tamanhos que a calça poderá ter.

Fonte: Lectra Systems, em 25/9/2013.

3.2.1 Definição

Segundo Stefania Rosa (2008), a gradação consiste num procedimento que é constituído inicialmente por um tamanho base de um modelo, previamente com determinadas medidas (o que é variável de marcas para marcas), o modelo desta peça é referido como molde base, através do qual são obtidos os outros tamanhos. Por meio deste tamanho médio dar-se-á a gradação, isto é, a ampliação e redução da peça de vestuário.

3.2.2 A importância da gradação na modelagem

Após a produção de um protótipo, este é submetido à prova no manequim de forma a ajustar os possíveis erros existentes, para depois do protótipo aprovado consequentemente o molde base é definido. Esta intervenção é importante e completamente necessária, pois uma vez graduado, um modelo com defeito irá ter o mesmo defeito em todos os tamanhos. Vale a pena evidenciar que um modelo ao ser sujeito ao processo de gradação, deverá ter a modelagem concluída na sua totalidade, com todas as sinalizações e margens de costuras, de forma que não tenham de efectuadas individualmente em cada tamanho.

Os tamanhos que resultam da graduação (Figura 3.7) têm de ter exactamente as mesmas proporções em relação ao molde, de forma a garantir que as costuras, as pinças, recortes, localizações de bolsos, botões e detalhes se situem no mesmo local, em relação a todos os tamanhos.

SIZE	44	46	48	50	52	54
2 WAIST EXTENDED	80,0	84,0	88,0	92,0	96,0	100,0
3 WAISTBAND TO HIP (parallel to waist)	16,6	17,3	18,0	18,7	19,4	20,1
4 HIP	100,5	104,5	108,5	112,5	116,5	120,5
5 THIGH	64,0	65,8	67,5	69,3	71,0	72,8
6 BOTTOM TO KNEE	42,5	43,5	44,5	44,5	45,5	46,5
7 KNEE	43,0	44,0	45,0	46,0	47,0	48,0
CALF 30 cm fr bottom	40,5	41,5	42,5	43,5	44,5	45,5
10 BOTTOM long	35,0	36,0	37,0	38,0	39,0	40,0
11 FRONTRISE EXCL. WAISTBAND	23,6	24,3	25,0	25,7	26,4	27,1
12 BACKRISE EXCL. WAISTBAND	36,0	37,0	38,0	39,0	40,0	41,0
18 INSEAM long	76,0	78,0	80,0	80,0	82,0	84,0
19 WAISTBAND HEIGHT	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5
20 BELTLOOP WIDTH	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
21 BELTLOOP LENGTH visible/total	5,5 / 7,5	5,5 / 7,5	5,5 / 7,5	5,5 / 7,5	5,5 / 7,5	5,5 / 7,5
27 FRONT FLY OPENING	18,0	18,0	18,0	19,0	19,0	19,0
28 SIDE POCKET OPENING	18,0	18,0	18,0	19,0	19,0	19,0
29 BACK POCKET OPENING	14,0	14,0	14,0	15,0	15,0	15,0
BOTTOM HEM	8,0	8,0	8,0	8,0	8,0	8,0

Figura 3.7 - Exemplo, de uma marca real, de uma tabela de medidas masculina, com as evoluções de tamanho para tamanho. Cada medida corresponde a uma zona do corpo e consequentemente a um tamanho.

Fonte: Tabela de medidas e tamanhos, facultada pela Twintex.

A ampliação e a redução do molde base são derivadas através da análise e aplicação das diferenças, de um tamanho para o outro, partindo da base das diversas medidas da tabela. A cada tamanho a ser ampliado ou reduzido devem-se adicionar ou subtrair as diferenças observadas referidas por cada marca. Geralmente, de um tamanho para o outro as medidas crescem ou diminuem proporcionalmente. Neste caso cada marca possui as suas próprias tabelas de medidas e também qual a evolução de tamanho para tamanho, geralmente, varia desde 0,50cm até 4cm.

3.2.3 Medição e mapeamento

No passado os alfaiates experientes observavam que as pessoas podiam ser divididas e que existiam diversos tipos de corpos aproximados e os ajustes eram feitos de uma forma eficaz seguindo apenas algumas das poucas regras de proporção. Segundo JONES (2005), no século XIX a arte da alfaiataria tornou-se também uma ciência. Na época vitoriana, os escritos de Charles Darwin e a nova arte da fotografia documental suscitaram a prática de catalogar e medir a variedade de formas do corpo humano. Com a ciência da antropometria, os detalhes do corpo foram desenvolvidos, estabelecendo-se vários métodos de medir o corpo para a alfaiataria, com o uso de categorias que se baseavam na divisão do corpo em partes simétricas (por exemplo, frente do tronco até ao centro, parte de cima da manga e parte de baixo da manga). Hoje com as novas tecnologias - como os scanners tridimensionais do corpo, é possível obterem-se medidas exactas - facultam mais dados para definir os tamanhos reais de diferentes tamanhos, adquirindo com mais facilidade a identificação os vários grupos demográficos.

3.2.4 Tamanhos-padrão

Os tamanhos das roupas masculinas têm uma classificação mais ampla. As confecções vendem com uma variação de tamanhos que dependerá do mercado para o qual foram destinadas, com exigências diferentes para a moda jovem ou de meia-idade. Hoje em dia, cada vez mais, os fornecedores começam a oferecer roupas em tamanhos extra - grandes ou linhas especiais para homens baixos ou altos, e as calças tanto os *jeans* como as clássicas, muitas vezes são vendidas com diferentes comprimentos de pernas para um mesmo tamanho.

3.3 Tecidos

Os fatos de homem variam nos tecidos, nas texturas e mesmo nas cores. O que era sinónimo de formalidade pode agora ser combinado com formas descontraídas. Pretende-se abordar algumas matérias-primas, e as suas características, que são maioritariamente utilizadas na composição de tecidos utilizados em fatos masculinos para depois falar em tipos de tecidos mais comuns em fatos.

3.3.1 Matérias-primas

Linho

A fibra do linho é obtida a partir do caule da planta com o mesmo nome. O linho possui uma superfície muito lisa e, por isso mesmo, tem um brilho mate, não se suja facilmente, nem levanta pêlo. Esta fibra tem um grande poder de absorção e adequa-se ao vestuário de Verão, uma vez que auxilia a regulação da temperatura normal do corpo. O linho é muito resistente à fricção e, quando molhado, torna-se ainda mais resistente à tracção do que em seco. No entanto devido à sua própria goma vegetal, é mais teso e rígido, do que por exemplo o algodão, o que lhe confere o seu carácter de material nobre.

Lã

Os ovinos são os maiores fornecedores de lã. Em conformidade com a lei que regulamenta a marcação dos têxteis, também podem ser designados como lã os velos finos de animais como, por exemplo, a caxemira e o mohair (ambos de espécies caprinas), o angorá (pêlo de coelho), bom como a alpaca, o pêlo de lama e camelo. A lã identificada como “100% lã”, “pura lã” ou apenas “lã” pode ser produzida a partir de lã de qualidade inferior, desperdício de lã ou de produtos de lã usada (roupas usadas). A designação “lã virgem” só pode ser utilizada quando a lã é obtida a partir de animais vivos saudáveis e não inclui mais de 7% de outras fibras. Em comparação à “pura lã virgem” só pode incluir até 0,3% de fibras estranhas. Apenas este tipo de lã de elevada qualidade garante que a lã virgem foi controlada pelo Secretariado Internacional da Lã.

A lã é relativamente insensível à sujidade de tem pouca tendência para se amarrotar, na maioria das vezes, basta expor a peça de vestuário ao ar húmido pendurada num cabide. Assim, desaparecem não só os vincos, como também os odores da transpiração, da corrida e

do fumo. A lã repele as gotas de água, mas pode absorver até 40% de humidade sob a forma de vapor de água; contudo, a sua secagem é lenta. É uma fibra que conserva muito bem o calor, através da feltragem a capacidade de manutenção do calor da lã mantém bem o calor da lã é aumentada, tornando-se também resistente ao vento.

Lã Merino

Lã Merino é composta por uma proteína natural que é biodegradável, semelhante à proteína encontrada em cabelo humano. Quando eliminados, lã Merino decompõe-se no solo num prazo de alguns anos, libertando lentamente valiosos nutrientes à base de nitrogénio de volta para a terra, agindo como um fertilizante. Em contraste, as fibras sintéticas podem ser extremamente lentas ao degradar-se. Além disso, é uma fibra renovável, tornando-se a escolha perfeita para aqueles que procuram roupas que tem um impacto mínimo no meio ambiente.

Seda

A seda pura é obtida através dos casulos dos bichos-da-seda criados com folhas de amoreira, a seda de melhor qualidade é dobada a partir do casulo inteiro, que dá um fio contínuo com cerca de 1000m de comprimento, a partir da parte central do casulo. Das partes exterior e interior do casulo que apresentam a maior aderência retira-se a borra de seda. A seda selvagem é obtida a partir dos casulos do bicho-da-seda que não são de cultivo.

A seda é agradável de usar, qualquer que seja a temperatura ambiente, pois aquece quando está frio e refresca quando está calor. Todos os tecidos de seda suportam cerca de metade do seu peso em humidade sem causarem a sensação de estar húmidos e deixam passar muito rapidamente para fora a humidade da pele. No entanto, a transpiração pode deixar manchas muito feias e tornar a seda quebradiça. A seda tem uma elevada resistência à tracção e, consoante a sua qualidade, textura e acabamento, pode ser mais leve e flexível ou pesada e tesa, ou seja, é sensível à formação de vincos.

Elastano

Estes fios altamente elásticos suportam até sete vezes o seu comprimento, voltando de novo à forma primitiva. As marcas mais conhecidas do elastano são a Lycra e a Dorlastan. O elastano é raramente utilizado sozinho, sendo muito comum a sua mistura com outras fibras. Este confere uma elasticidade mais durável aos tecidos e, tal como as outras fibras químicas sintéticas, não vinca, é fácil de tratar e é resistente à fricção.

Existem posteriormente, as fibras sintéticas, estas também são utilizadas em fatos clássicos masculinos, mas não em marcas de luxo, e provavelmente em marcas que produzem industrialmente em quantidades astronómicas, este fenómeno está ligado ao *fast-fashion* e ao que este implica. Viscose, acetado, poliamida, poliéster são algumas das fibras sintéticas que poderão ser utilizadas em marcas de *fast-fashion*. Estes diferem nas suas características em comum, como a fricção, a sua resistência, ao seu aspecto, toque e aspecto.

3.3.2 Tecidos mais comuns na alfaiataria

Existe no actual mercado de tecidos, uma grande diversidade de tecidos que podem ser utilizados na alfaiataria. No entanto, neste trabalho destacam-se apenas os mais utilizados nos fatos formais na indumentária masculina.

A risca de giz consiste em traços verticais extremamente finos (geralmente com cor clara) separados por um grande espaço.



Figura 3.8 - Tecido risca de giz.

Fonte: <http://www.canalmasculino.com.br/tipos-de-padroes-de-tecido-de-ternos-e-blazers-masculinos/> Consultado em 15/7/2013

Olho-de-perdiz é um tecido com quadrados miudinhos numa única cor sobre fundo branco, o que dá a sensação de ser mesmo um olho de uma perdiz.

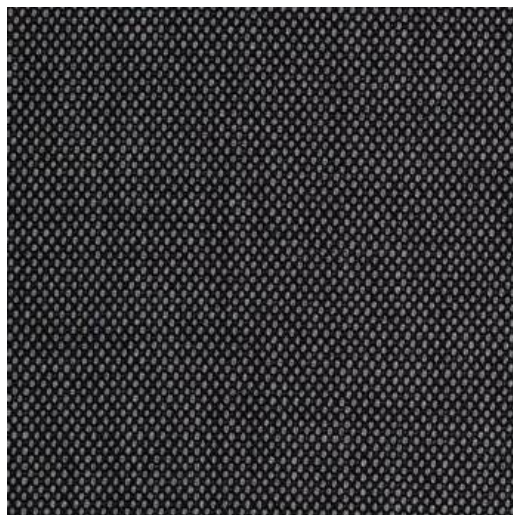


Figura 3.9 - Tecido olho-de-perdiz.

Fonte: <http://www.canalmasculino.com.br/tipos-de-padroes-de-tecido-de-ternos-e-blazers-masculinos/> Consultado em 15/7/2013

O padrão do tecido espinha de peixe resulta de fios da teia e da trama com cores diferentes, como uma estrutura de sarja desencontrada, compondo um efeito visual interessante como se fosse uma espinha de peixe.

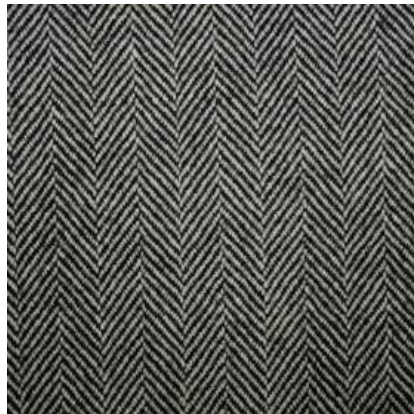


Figura 3.10 - Tecido espinha de peixe.

Fonte: <http://www.canalmasculino.com.br/tipos-de-padroes-de-tecido-de-ternos-e-blazers-masculinos/> Consultado em 15/7/2013

O tecido Príncipe de Gales é caracterizado por um padrão de quadrados pequenos que alternam com quadrados maiores, de cor diferente ou tom sobre tom.

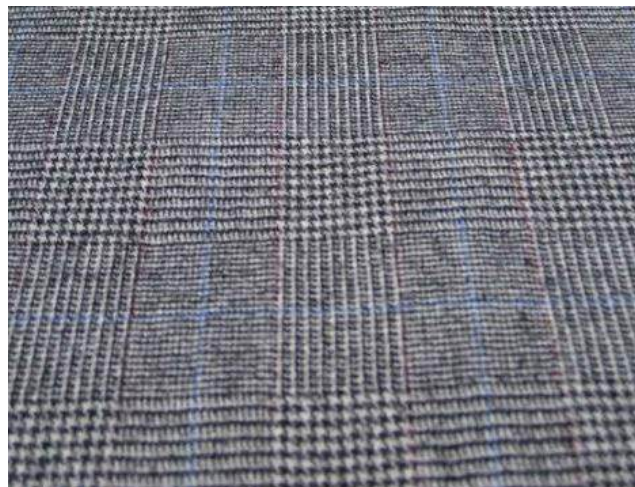


Figura 3.11 - Tecido Príncipe de Gales.

Fonte: <http://www.canalmasculino.com.br/tipos-de-padroes-de-tecido-de-ternos-e-blazers-masculinos/> Consultado em 15/7/2013

3.4 Lã Merino

Os agricultores que colaboram com a Merino Australiana, trabalham incansavelmente para conservar as pastagens onde as ovelhas Merino pastam, protegendo e preservando os recursos naturais para as gerações futuras, mantendo a competência das suas terras. Uma agricultura ética e ambientalmente sensível podem ser tão importantes para o cliente mais exigente de hoje, como a qualidade do próprio vestuário.

Não é por acaso ou coincidência que todos os fabricantes de topo ou de alta e marcas de ternos masculinos do mundo seleccionam a lã Merino de que para fazer a maioria, se não todos os ternos de seus homens. Analisando por exemplo, algumas das melhores marcas de luxo como Ermenegildo Zegna, Paul Smith, Giorgio Armani, Roberto Cavalli, Hugo Boss, ou mesmo as casas de alfaiataria que criam fatos sob medida mas principalmente os alfaiates localizados na famosa Savile Row em Londres, é possível verificar a gama dos fatos masculinos. Na maioria dos produtos destas marcas e mesmo alfaiates é possível encontrar uma vasta gama de fatos, todos eles em lã Merino. A marca Merino Australiana é o resultado notável de milhões de anos de evolução. Segundo a marca, Merino é rico em propriedades naturais que inspiram alguns dos principais criadores do mundo. Esta detém um fluxo de benefícios exclusivos, tornando a roupa luxuosamente suave e elegante, trabalhada a partir deste material.

3.4.1 Características da lã Merino

Lã tem muitas propriedades naturais e inerentes, que proporcionam muitos benefícios desejáveis para o utente de roupas de lã. Através dos últimos 50 ou 60 anos, desde o advento das fibras sintéticas ou artificiais, a indústria de fibras sintéticas tentou imitar muitas das propriedades de lã. Hoje ainda é discutível se ele foi bem-sucedido, mas uma coisa é certa, nenhum deles é natural. (Tabela 3.4)

Características	Descrição
Suave, macia e confortável	O segredo para a suavidade do Merino Australiano deve-se às suas fibras extremamente finas, a lã Merino tem toque suave e luxuosamente dando conforto ao entrar em contacto com a pele.
Elástica	As peças que são criadas com a lã Merino esticam com a sua elasticidade natural, no entanto, volta à sua forma original. Esta é uma das características ideais para a criação de roupa desportiva.
Respirável	Permite que o ar e a humidade de passar através do tecido em ambas as direcções.
Quente e frio	Em contraste com materiais sintéticos, Merino é uma fibra activa que reage a alterações na temperatura do corpo, através da produção de um micro clima. Assim, ajuda a pessoa a ficar quente quando o tempo está frio e a arrefecer quando o tempo está quente.
Resistência estática	Ao contrário de outras fibras, lã tem a capacidade natural de absorver mais de 30% do seu peso seco em vapor de água, sem sentir molhada. Isso minimiza a possibilidade de qualquer acúmulo de electricidade estática no vestuário, o que causaria uma roupa para se agarrar ao corpo fazendo com que o utente se sentir desconfortável, atrai também menos poeiras.
Resistente a manchas	Esta fibra tem uma camada exterior protectora natural, que evita as manchas e o facto de estas serem absorvidas.
Resistente ao odor	Em contraste com materiais sintéticos, a lã Merino pode absorver vapor de água, o que significa menos suor no corpo, absorve os odores do suor, que são posteriormente, libertados durante a lavagem.
Resistente ao fogo	Está mais segura em Merino porque é retardador de chama, é difícil de inflamar ou queimar.

Tabela 3.4 - Características principais da lã Merino

Fonte: <http://www.woolmark.com/working-with-wool/fashion> Consultado em 8/6/2013

3.4.2 Merino nos fatos de homem

Além de todas as propriedades naturais e benefícios inerentes à lã como já foi descrito, e o facto de ser natural, renovável e biodegradável, há um número de outras razões pelas quais a lã Merino é o melhor fibra para fazer fatos masculinos, e daí ser a primeira escolha para principais marcas de luxo masculinas. (Figura 3.12)



Figura 3.12 - Campanha da Cool Wool “When it’s hot it’s not”.

Fonte: <http://www.coolwool.com/campaign.html> consultado em 8/6/2013

Património: Para os consumidores mais exigentes, o património é um factor importante. Ele oferece uma sensação de confiança, credibilidade e alta qualidade de artesanato que tem sido desenvolvido durante muitos anos. Este é verdadeiro tanto para o fabricante, marca e a fibra utilizada. A indústria da lã Merino Australiana tem uma longa tradição, que se estende mais de 200 anos, ao passo que fibras sintéticas só chegaram em massa na década de 1960. Durante esses 200 anos, os fazendeiros australianos têm trabalhado continuamente, e continuam até hoje, para melhorar ainda mais a qualidade da lã que elas produzem. Como resultado, a lã Merino Australiana é sem dúvida a melhor fibra para fazer um fato de homem.

Tailorability: O vestir tem uma grande influência sobre a estética e o conforto de um fato. Mesmo os melhores alfaiates do mundo podem tentar fazer um fato com bom aspecto, mas são constantemente limitados pelas propriedades e as características do tecido disponível. É um pouco como um chefe que quer criar um belo e saboroso prato para comer, mas eles também estão sempre vai ser limitado pelo tipo e qualidade dos ingredientes disponíveis.

Quando se trata de fazer um fato para um cliente, o alfaiate irá dizer-lhe que os tecidos de lã são sem dúvida o melhor e, portanto, o seu ingrediente favorito para trabalhar. A razão pela

qual tecidos de lã têm as melhores propriedades de *tailorability* é por causa da facilidade que qualquer conjunto temporário ou permanente pode ser induzida no tecido, a sua viscoelasticidade e a sua resistência.

Cor: De um ponto de vista visual, a cor é de importância vital para a estética de um fato. É possível produzir uma vasta gama de cores e matizes, com grande profundidade e intensidade de sombra. Devido a química da lã *make-up*, a lã tem uma maior capacidade e capacidade de fibras sintéticas e outras fibras para absorver matérias corantes. Assim a cor não está confinado apenas à superfície, mas as cores a fibra inteira.

Estética: significa, essencialmente, como "ele olha e sente-se". Embora, como mencionado anteriormente, tanto *tailorability* e cor são muito importantes factores que contribuem para os fatos de lã, há talvez dois outros componentes que provavelmente são igualmente ou mais importante. Referem-se ao estilo e caimento, embora ambos são difíceis de quantificar. No caso de maleabilidade, o dicionário refere-se ao garbo elegância ou em que um tecido de trava. Com suavidade e fluidez de lã, não há dúvida de que a lã Merino consegue isso, e uma das principais razões por que as principais marcas de ternos masculinos usam lã Merino é para o excelente caimento que ele proporciona.

Custo-benefício: tecidos e roupas de lã Merino não são baratos, e sempre será mais caro do que ternos de algodão ou fibras sintéticas ou artificiais, de lã ou de onde foi misturado com poliéster. No entanto, quando se trata de custo-benefício, os fatos de homens feitos de lãs de 100% ou fatos de lã ricos, representam o melhor investimento. Não só por causa do excelente estilo e caimento têm também propriedades inerentes naturais. Um fato feito de lã Merino vai durar anos e anos se cuidou.

3.5 Materiais subsidiários

Quando se mencionam os materiais subsidiários, estamos a mencionar os componentes que fazem parte do processo de construção de um blazer. Estes materiais são as crinas de animal, amaciador, manta agulhada, felpa, ombreiras, forro e entretelas.

Existem no mercado, crinas de animal em que estas estão disponíveis em pelo de cavalo ou camelo. Dentro das crinas ainda é possível o cliente optar por uma crina reforçada ou apenas uma crina animal normal, pois isso é uma escolha que vai depender da anatomia do corpo do cliente.

As entretelas são o elemento oculto que fornece alguma da forma e apoio em determinadas áreas de qualquer peça de vestuário. São usadas tanto para alfaiataria e tecidos de malha e espartilhos. Existem escuras e claras, dependendo da cor do tecido de entretela é desejado e também em tecido ou em não-tecido. Cada empresa tem o seu método, no caso da empresa

Twintex, as entretelas sejam elas de tecido ou não, estas têm 5mm a menos em relação ao tecido a que corresponde. A razão reside no facto de na indústria de vestuário haver máquinas que colam as entretelas, onde é posto o tecido e por cima a entretela, consequentemente são postos em conjunto na passadeira da termo colagem. A entretela tem menos 5mm que o tecido, pois se a entretela porventura se deslocar na passadeira vai sujar sendo impossível colocar mais na passadeira assim sendo, esta tem menos 5mm que o tecido, caso se deslocar não suja a passadeira sendo sempre possível colar entretelas na termo colagem.

3.6 Em síntese

A lã Merino é a melhor fibra para fatos de homem porque tem uma longa história e património, tem muitas propriedades inerentes naturais e benefícios, renovável e biodegradável, possui grande maleabilidade e estilo, oferece ao cliente um óptimo custo-benefício, pois dura por muitos anos e ainda parece "como novo" depois da limpeza a seco. Por estas razões, é a primeira escolha para roupas de todas as marcas de luxo no meio do mundo de fatos de homem e seus clientes homens.

O produto final é suave e proporciona um vestir superior, segue a forma do corpo do utilizador, graças à elasticidade excepcional e pode ser de malha ou tecido consoante as últimas tendências.

Capítulo 4 - Alfaiataria Artesanal e
Alfaiataria industrial
um estudo de caso

Este estudo caso teve como objectivo identificar quais as diferenças entre a alfaiataria artesanal e alfaiataria industrial, identificar quais as fases do processo da construção e averiguar se existe espaço no mercado para estes dois sectores em simultâneo.

4.1 Metodologia

A indumentária masculina é composta por várias peças de vestuário, no entanto neste estudo caso foi analisada apenas uma que é o blazer. Inicialmente, foi realizada uma pesquisa acerca do blazer e da sua construção, para posteriormente desenvolver o estudo caso.

Utilizou-se uma metodologia não intervencionista e intervencionista.

A primeira decorreu com a pesquisa bibliográfica e informação com base em dados secundários relativamente à alfaiataria artesanal e industrial. Nesta fase foram analisadas a evolução do vestuário masculino, a alfaiataria artesanal e a alfaiataria industrial, identificação das componentes da alfaiataria e o estudo da construção de um blazer.

Na segunda parte deste trabalho de investigação utilizando uma metodologia intervencionista foi realizado um estudo caso de um alfaiate artesanal e de uma empresa de vestuário. O estudo da construção do blazer permitiu identificar as fases, pelo qual o blazer tem de passar até chegar ao produto final, quer este seja artesanal ou industrial.

De forma a concretizar este estudo caso, envolvendo um alfaiate e uma empresa industrial, optou-se por utilizar a técnica de questionário ao alfaiate Paulo José Gonçalves Batista (no Anexo I) não presencial, à empresa Twintex presencial. Algumas das perguntas incutidas ao alfaiate não apareceram no questionário da empresa pois, não se adequavam no contexto de uma confecção. No entanto, as respostas a essas perguntas foram tidas em consideração, de forma a auxiliar não só no desenvolvimento do estudo caso em questão, mas também no desenvolvimento deste trabalho.

4.2 Breve estudo do blazer

Para Cally Blackman o sucesso duradouro do fato também deve ser reconhecido. Originalmente por ser uma peça exclusivamente masculina, o fato de três peças, introduzido e formalizado no final do século XVII, prosperou por quase 350 anos por causa da sua capacidade única de variações. É ainda uma chave de moda no guarda-roupa de cada homem, e tem apreciado recentemente num renascimento dramático, para assim se manter viva a antiga arte da alfaiataria, o equivalente a alta-costura para os homens, uma arte de remonta ao século XIV. Os homens são agora tão vitais para a indústria da moda como as mulheres.

Bernhard Roetzel (1999), considera o blazer uma lenda viva. O blazer provém do casaco clássico que se utiliza num fato de homem formal para ocasiões. No entanto, o blazer mesmo sendo de um carácter formal, nos dias de hoje tornou-se uma peça casual, é possível adaptar a um look mais desportivo, tornando-se assim numa peça versátil. (Figura 4.1)



Figura 4.1 - Blazer *Double-Breasted* Clássico

Fonte: <http://www.belezamasculina.com.br/tipos-de-blazer-masculino/>

4.2.1 Construção de um blazer

Um fato sob medida pode exigir inúmeras provas, dúzias de operações de costuras diferentes, tornando este processo demorado em comparação com um fato masculino produzido na indústria do vestuário. O alfaiate apresenta a roupa já alinhavada para a primeira prova. Após os ajustes, a roupa é costurada adequadamente, numa combinação de costura à mão e à máquina. Casas de botão pespontadas à mão, o último procedimento de costura a ser feito, costumam ser um sinal visível de um fato de alta qualidade. O trabalho por peça em linha de montagem é hoje comum na indústria de moda masculina, e o ofício de alfaiate está ameaçado de extinção. (Figura 4.2)



Figura 4.2 - Cliente do alfaiate Paulo Batista, durante uma das provas do fato.

Fonte: A-do-Alfaiate, por alfaiate Paulo Batista.

Para Ana Margarida Magalhães, no seu trabalho de investigação “O alfaiate faz fatos e faz corpos”, apresenta vinte e duas fases relativas à confecção de um casaco, esse documento posteriormente foi publicado na Revista Vestir, do antigo CIVEC, pela Diana Regal denominando o artigo como “A tesoura de Emmanuel Kant”. (Tabela 4.1)

Fases	Descrição
Molhar a fazenda	No corte da fazenda, o pedaço de tecido necessário para a confecção da peça de vestuário, é enrolado juntamente com um tecido, normalmente pano-cru, molhado, permanecendo assim envolvido na humidade do pano durante um dia.
Tirar medidas ao cliente	Ao tirar as medidas, o mestre alfaiate faz um reconhecimento do corpo. Em folha própria, anota as medidas a tomar em consideração e as especificidades do corpo em questão.
Riscar e cortar o fato	O desenho da peça de vestuário é riscado a giz directamente no tecido, com a ajuda das régua e esquadros, de acordo com as medidas do corpo; seguindo as indicações de corte, o tecido deve depois ser cortado pelo risco.

Pôr o casaco em prova	Fazem-se marcações e alinhava-se o casaco.
Primeira prova	Depois de provado o casaco, os alinhavos são desmanchados e riscam-se as correcções no tecido.
Fazer as entretelas	Cortam-se a entretela, a crina e o pano cru e cosem-se. Os três tecidos já unidos são enchumaçados e passados a ferro.
Fazer os bolsos	Cortam-se os aviamentos, fazem-se as portinholas e "metem-se" os bolsos.
Alinhavar as entretelas ao casaco e Preparar o casaco para a segunda prova.	Alinhavam-se as entretelas aos quartos, enchumaçam-se as bandas e alinhava-se o casaco.
Segunda prova	Ajustar ao corpo, com dois ou três alfinetes e tombar para a direita as bandas e o trespasse, fixando com um alfinete em cima no extremo superior das bandas e com outro alfinete na linha de cinta. Evita-se assim que as pontas das bandas incomodem o cliente
Fazer as bandas	Corta-se a capa das bandas e "encapam-se".
Forrar o casaco	Cortam-se os forros e aviamentos para os bolsos de dentro. "Metem-se" os bolsos interiores e alinhavam-se os forros à fazenda.
Coser as ilhargas e a bainha do casaco e Coser as ilhargas e os ombros dos forros	
Fazer a gola	Corta-se, cose-se a costura, enchumaça-se e trabalha-se a gola a ferro.
Pregar a gola no casaco	Alinhava-se a gola ao casaco, acaba-se, corta-se a capa da gola, encapa-se e garante-se.
Fazer as mangas e Forrar as mangas	Cosem-se as costuras do sangrador e do cotovelo e orlam-se as mangas. Corta-se o forro, cosem-se as folhas dos forros e garantem-se.

Aplicar as mangas ao casaco	
Acabamentos	Guarnece-se o forro. Aplica-se a etiqueta e caseia-se o casaco.
Passar o casaco a ferro	
Pregar os botões	No casaco de dois botões, o primeiro botão a contar de cima deve ser colocado na linha da cintura sobre o umbigo.

Tabela 4.1 - As fases da construção de um blazer.

Fonte: <http://blog-dos-alfaiates.blogspot.pt/2012/05/fases-de-construcao-de-um-casaco.html> Consultado em: 9/3/2013

Para um blazer ser considerado bem feito, existem duas opções *half-canvas*, em que o blazer é composto por metade da crina ou *full canvas* em que o blazer leva a crina na frente do blazer, na sua totalidade, esta é crina de animal, esta pode ser de cavalo ou de camelo são consideradas crinas de qualidade. (Figura 4.3) *Fused* é um método desenvolvido na indústria de vestuário, em que é utilizada entretela no processo de construção de um blazer, em substituição da crina, ou por vezes é utilizada uma crina mais barata mas só é colocada na zona do peito do blazer.



Figura 4.3 - Lado esquerdo: blazer construído com crina na totalidade. Lado direito: blazer construído com metade da crina.

Fonte: <http://themonieur.com/2013/04/13/suit-construction-canvased-vs-fused/>

Imagem de: Montagio Custom Tailoring Australia. Consultado em: 14/9/2013

Já na indústria de vestuário, a maioria das empresas utilizam cola ou entretela sintética, o que resulta, por vezes, na falta de qualidade e numa peça que vai ter um curto prazo de vida. Com o tempo, com a utilização e as limpezas do blazer, é possível que os defeitos apareçam durante a vida do blazer. O vestir do casaco também se torna diferente, dando-lhe um aspecto que não é tão estruturado quanto um casaco que é construído com crina animal, que seja com crina na totalidade ou apenas em metade da frente do casaco.

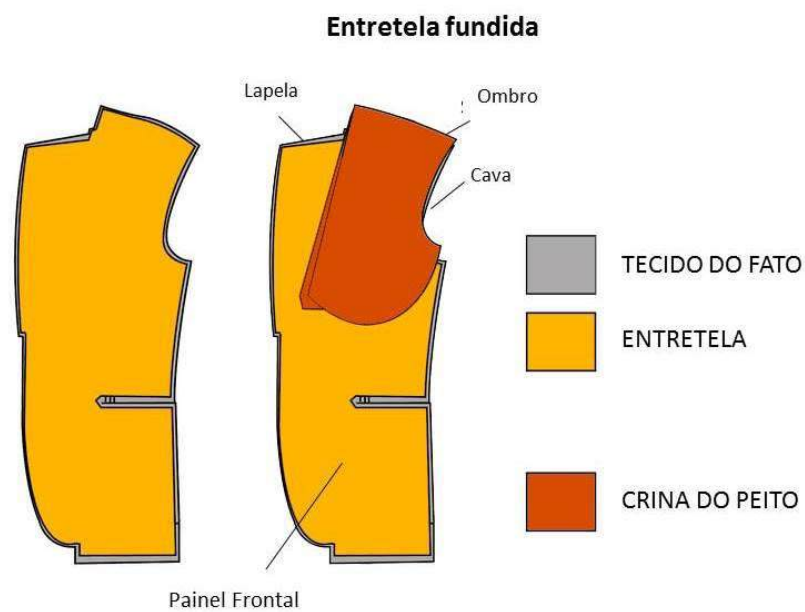


Figura 4.4 - Ilustração que mostra o processo de construção de um casaco com entretela.

Fonte: www.blacklapel.com/thecompass/anatomy-of-a-suit-jacket-fused-vs-canvassed/

Consultado em: 14/9/2013 Adaptação própria.

No processo de construção de um casaco, é utilizado um material subsidiário, a crina que corresponde à cor laranja escuro como podemos verificar na Figura 4.4. Este é fundamental, no processo de construção do blazer, pois pode corrigir algumas das falhas anatómicas do cliente, conforme utilizado.

4.3 O alfaiate e a indústria

4.3.1 Alfaiate

Durante este percurso, tive a oportunidade de ir ao Encontro de alfaiates em Aveiro onde houve o lançamento do “Anuário dos Alfaiates 2013”, onde tive a oportunidade de conhecer alguns dos alfaiates portugueses e no qual conheci o alfaiate Paulo Batista.



Figura 4.5 - Alfaiate Paulo Batista a trabalhar no seu atelier.

Fonte: A-do-Alfaiate, 18/9/2013.

Paulo Batista tem 35 anos e é alfaiate no seu atelier “A-do-Alfaiate” em A-da-Beja (Amadora), e exerce a profissão de alfaiate desde 2002. (Figura 4.5) Não tendo antecedentes familiares na alfaiataria, foi numa empresa onde trabalhou que o convidou a fazer um curso de alfaiate, que aceitou. Consequentemente foi para Espanha terminando mais tarde o curso em Portugal na Academia de Maguidal. O que levou Paulo a aceitar este convite foi pensar que a alfaiataria era uma arte em extinção. Nos primeiros anos na profissão de alfaiataria trabalhou por conta de outrem tendo mais tarde aberto o seu negócio/atelier em A-da-Beja.



Figura 4.6 - Alfaiate Paulo Batista com um dos seus estimados clientes, Manuel Luís Goucha.

Fonte: A-do-Alfaiate.

Actualmente o número de clientes tem vindo a aumentar, na opinião de Paulo, começa a existir uma nova procura desta arte, por parte de público mais jovem que ronda uma faixa etária entre os 25 e os 30 anos de idade.

4.3.2 TWINTEX

A Twintex (Twintex Invest Group) é uma empresa familiar portuguesa que se dedica à produção de vestuário exterior de alta qualidade para senhora e homem desde 1979. Estes 34 anos de experiência têm permitido desenvolver a capacidade de produzir casacos, calças, saias ou vestidos de altíssima qualidade. São produzidas cerca de 1000 peças por dia. A Twintex emprega actualmente cerca de 300 pessoas e vive hoje uma fase de maturidade, significando que é tranquilamente capaz de desenvolver e produzir peças extraordinárias, a um preço competitivo.



Figura 4.7 - A empresa Twintex na actualidade.

Fonte: Twintex.

Os seus clientes são algumas das mais conceituadas marcas de roupa, a nível mundial da actualidade, mais de vinte clientes que comprovam os elevadíssimos padrões de exigência de uma indústria de vestuário dentro de um mercado de luxo.

É com determinação que procuram trabalhar no sentido de fazer o melhor e da forma mais envolvente possível na sociedade que os rodeia, estando muito atentos às preocupações sociais e ambientais resultantes do processo produtivo visando em simultâneo produzir a excelência da qualidade dos seus produtos. A empresa tem a missão de proporcionar um ambiente de trabalho acolhedor, onde os colaboradores podem conhecer o seu potencial e fortalecer os seus conhecimentos num ambiente de excelência. Tendo ao seu dispor uma Academia instalada dentro da Fábrica que permite qualificar e requalificar o capital humano integrante da Fábrica. Os vectores chave do êxito da Twintex assentam em Traves Mestras como: a Formação Avançada do Capital Humano, a Sustentabilidade Ambiental, a Responsabilidade Social, a Tecnologia e Elevada Satisfação do Cliente.

No que diz respeito à construção de blazers e casacos, a Twintex faz a utilização de crinas de animal e entretelas. No entanto, a empresa aposta na qualidade do vestuário produzido industrialmente, produzindo casacos que contêm apenas metade da crina de animal ou seja,

só na zona que começa no ombro até ao peito. Quanto à aos tecidos que são utilizados e aos materiais subsidiários, estes já dependem das exigências dos clientes. É consoante isso, que a equipa de desenvolvimento de produto trabalha no sentido de satisfazer as necessidades e exigências de cada cliente, dando o que de melhor se faz na indústria.

4.4 Respostas ao questionário

Após uma abordagem do alfaiate e da empresa, foi então inquirido o questionário a estas duas entidades, no qual foram expostas questões a que estes responderam, como se verifica na seguinte tabela 4.2.

PERGUNTAS	ALFAIATARIA ARTESANAL	ALFAIATARIA INDUSTRIAL
Quanto tempo demora a concepção de um fato completo?	50 Horas	310 Minutos (5 horas e 10 minutos)
Em média, quanto tempo demora um casaco/blazer a ser executado?	40 Horas	220 Minutos (3 horas 40 minutos)
Qual o processo utilizado na concepção de um blazer?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Corte 2. Entretelamento 3. Acerto 4. Finalização 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Corte 2. Marcação/Etiquetagem 3. Termocolagem 4. Riscar e Marcar frentes 5. Preparação 6. Montagem 7. Acabamento e Prensagem 8. Embalagem e Expedição da encomenda
Qual o preço de um fato? (inclui a matéria-prima)	De 400€ a 900€	150€ a 300€

Qual o preço de um blazer? (inclui a matéria-prima)	De 500€ a 600€	80€ a 100€
Quais as diferenças entre um mais barato e mais caro?	<ul style="list-style-type: none"> a. Tecido b. Mão-de-obra c. Detalhes d. Matérias-primas subsidiárias (crinas, entretelas, forros, botões etc.) 	<p>Na alfaiataria Industrial, um fato fica mais barato, pois devido a industrialização do processo não existe muita mão-de-obra manual. Há uma utilização de matérias-primas mais baratas, o que torna o produto acabado mais barato, conseguindo, conseqüentemente, uma boa relação preço/qualidade.</p>
Durante a construção de um blazer, quantas provas faz, em média?	2 Provas	Entre 0 a 2 fitting para se obter a aprovação do protótipo.
Que outras peças da indumentária masculina concebem?	<ul style="list-style-type: none"> a. Camisa b. Colete c. Sobretudo d. Fraque e. Outras peças (casacas e togas) 	<ul style="list-style-type: none"> a. Colete b. Sobretudos c. Fraque d. Parkas e. Blusões
Os clientes procuram conselhos por parte do alfaiate ou já têm alguma ideia do que querem/procuram?	Os clientes procuram ser diferentes, mas pedem sempre a opinião do alfaiate.	Os clientes procuram novos modelos (alguns baseados em modelos mais antigos da marca), novos tecidos, na maioria dos casos, procuram inovação e moda.

Os clientes frequentam o seu estabelecimento ou desloca-se até a casa do cliente?	As duas coisas.	Neste caso, são os representantes das marcas que se deslocam à Twintex e os representantes e/ou modelistas da Twintex que se deslocam aos ateliers dos clientes.
Como considera ser a sua relação com os clientes?	Uma relação de amizade.	Na maioria dos casos trata-se uma relação comercial, em casos mais específicos trata-se uma relação de amizade e comercial.
Vão aparecendo clientes novos ou apenas clientes habituais?	Mantém os clientes habituais que trazem sempre novos clientes.	Através da acção do departamento comercial, há uma procura constante de novos clientes.
Quem são os seus clientes?	<ul style="list-style-type: none"> a. Políticos b. Advogados c. Médicos d. Noivos 	Os clientes da empresa Twintex são compostos, essencialmente, por marcas internacionais de luxo.
Como guarda as medidas dos seus clientes?	Num caderno.	Neste caso, trabalha-se a nível informático com uma base de dados, em que cada marca tem as suas próprias tabelas de medidas para cada peça.
Em média, que idades têm os seus clientes?	De 30 a 40 anos de idade.	Neste caso, depende do público-alvo que cada marca tem.
Faz peças exclusivamente para homem?	Sim.	Não.

<p>Ao recorrer a um alfaiate, o que acha que os clientes procuram?</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Qualidade b. Perfeição c. Elegância d. Tradição e. Técnica de construção f. Exclusividade de materiais utilizados g. Não encontram no mercado o tamanho à sua medida h. Durabilidade 	<ul style="list-style-type: none"> a. Rapidez b. Moda c. Uma boa relação entre custo e qualidade do produto
<p>Quantos artigos faz para um cliente?</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Numa estação: Dois fatos. b. Num ano: Quatro fatos e mais um sobretudo. 	<p>Depende do cliente e da produção da peça em questão.</p>
<p>Tem a preocupação de seguir tendências para as respectivas estações?</p>	<p>Sempre.</p>	<p>É algo que depende, somente, dos clientes da empresa Twintex, e implica também, para que público-alvo estão a criar.</p>
<p>Faz a elaboração de fichas técnicas?</p>	<p>Não.</p>	<p>Sim.</p>
<p>Utiliza moldes base existentes e a partir deste desenvolve um molde para cada cliente?</p>	<p>Não. Cada cliente tem as suas próprias medidas logo também tem o seu molde.</p>	<p>Sim. Sempre que possível, tenta-se encontrar um molde base o mais idêntico à peça que é proposta pelo cliente, e a partir daí fazer as alterações necessárias até chegar ao molde final. Todo este procedimento é feito com o auxílio do programa Modaris. Por vezes o próprio cliente, envia os seus moldes base, para na empresa serem alterados, sendo depois a peça concebida consoante as exigências que o cliente faz.</p>

Tem mais que um molde para cada cliente?	Não.	Sim. Cada molde tem a sua referência para que assim seja mais fácil identificá-lo, existem vários moldes de peças diferentes por cada cliente.
Além do tecido do fato, quais os restantes materiais que complementam um fato?	a. Entretelas b. Forros c. Crinas	a. Entretelas b. Forros c. Crinas
Quantas pessoas trabalham no seu atelier?	Só o alfaiate.	320 pessoas na totalidade da empresa.
Tem algum aprendiz a trabalhar no seu atelier?	Não, mas gostaria de ter.	Neste caso são estagiários assistentes, na parte de modelagem, desenvolvimento de produto e na linha de produção.
Tem alguém na família ou próximo que estará interessado em dar continuidade ao seu negócio?	Não.	No caso da Twintex, é uma empresa familiar, esta já vem de outra geração e têm na família a quem deixar o negócio de forma a prosseguir (no futuro) na família Mineiro.

Tabela 4.2 - Perguntas e respostas na Alfaiataria Artesanal e na Alfaiataria Industrial.

Fonte: Fonte própria, 5/10/2013.

4.4.1 Análise de resultados

Verifica-se que na alfaiataria artesanal de um blazer demora muito mais tempo a ser produzido. O processo artesanal apresenta um número menor de operações apesar de demorar mais tempo, pelo facto de a mão-de-obra ser toda manual dando importância aos detalhes mais pequenos.

Na alfaiataria artesanal uma das diferenças entre um blazer mais barato e um blazer mais caro dá-se pelos diferentes tecidos, pela mão-de-obra, possíveis detalhes e materiais subsidiários como crinas, entretelas, forros e botões. Já na alfaiataria industrial um fato fica mais barato, pois devido a industrialização do processo onde não existe muita mão-de-obra manual. Há uma utilização de matérias-primas mais baratas, o que torna o produto acabado mais barato, conseguindo, conseqüentemente, uma boa relação preço/qualidade.

Na alfaiataria artesanal o cliente faz duas provas por fato, já na alfaiataria industrial, a empresa realiza um primeiro proto, consoante o croqui que o cliente envia e as possíveis exigências que este poderá ter. Após esta fase é realizado um primeiro *fitting*, onde o cliente veste um modelo de forma a ajustar possíveis erros ou exigências. Após o primeiro *fitting*, a peça é enviada para a empresa com as respectivas alterações que o cliente quer, passando à produção de um segundo proto, que posteriormente volta ao cliente com as devidas alterações já concretizadas, em que se aprovado pelo cliente, passa a pré-produção. Isto é, o proto passa a amostra de pré-produção, como um sinal verde em que a produção daquela peça pode avançar, consoante o número de peças o cliente quer.

Na alfaiataria artesanal os clientes procuram a diferença e a personalização do seu fato, pedindo no entanto sempre uma opinião ao alfaiate, onde este se pode ou não basear em tendências para a concretização de um fato. Estes clientes do alfaiate podem ser advogados, políticos, figuras públicas ou actores, que recorrem a uma técnica artesanal de concepção de fatos, onde procuram a qualidade, perfeição, elegância, tradição, exclusividade, durabilidade ou mesmo o facto de não encontrarem o seu tamanho no mercado de pronto-a-vestir. Já na alfaiataria industrial, os clientes procuram novos modelos (alguns baseados em modelos mais antigos da marca), novos tecidos, na maioria dos casos, procuram inovação, rapidez, moda e uma boa relação entre custo e qualidade no produto final.

As fichas técnicas é algo que a alfaiataria industrial recorre constantemente, chamando-lhe de processos, estes são constituídos além do croqui, com um código que identifica de imediato o molde da peça, tem uma data limite de expedição, comentários do cliente acerca da peça, informação de todos os materiais constituintes dessa peça, amostra do tecido em que está a ser produzida e uma tabela de medidas tendo os respectivos tamanhos a corresponder com as medidas. Este processo acompanha sempre as peças por cada fase em que estas passam, para na linha não haver dúvidas acerca do que está em produção, mantendo assim as exigências do cliente para que o produto final possa ser de alta qualidade. No caso da alfaiataria artesanal, o alfaiate não recorre a fichas técnicas, tendo apenas um

caderno onde aponta as medidas dos clientes e as suas exigências, quer sejam estas a nível de formas, tecidos ou materiais subsidiários.

Na modelagem, enquanto o alfaiate recorre a uma modelagem manual, tendo sempre em conta as medidas de cada cliente, na alfaiataria industrial, sempre que possível, tenta-se encontrar um molde base o mais idêntico à peça que é proposta pelo cliente, e a partir daí fazer as alterações necessárias até chegar ao molde final. Todo este procedimento é feito com o auxílio do programa Modaris. Por vezes o próprio cliente envia os seus moldes base, para na empresa serem alterados, sendo depois a peça concebida consoante as exigências que o cliente faz.

Enquanto o alfaiate Paulo, por enquanto não tem a quem deixar o seu negócio, já a fábrica Twintex é uma empresa familiar esta já vem de outra geração e têm na família a quem deixar o negócio de forma a prosseguir (no futuro) na família Mineiro.

Capítulo 5 - Conclusões

5.1 Considerações finais

Esta dissertação mostra que, na actualidade verifica-se uma maior divulgação da alfaiataria artesanal no sentido de recuperar as técnicas artesanais, de forma a não deixar perder uma tradição. Segundo o alfaiate Paulo, tem havido uma procura constante por esta arte, em que os clientes já não são apenas homens numa faixa etária acima dos 40 anos de idade, mas existe uma nova procura por parte de clientes mais jovens, começando essa faixa etária por volta dos 25 anos de idade.

Com este estudo de caso pretendeu-se analisar e identificar o processo de construção de um blazer. Identificaram-se as diferenças existentes nos dois processos de construção, para posteriormente contribuir para a divulgação quer das técnicas da alfaiataria artesanal quer da alfaiataria industrial num mercado de luxo e fundamentalmente as suas vantagens podendo assim contribuir para a divulgação destes dois sectores quer a nível nacional quer a nível internacional.

Numa linguagem mais contemporânea a alfaiataria artesanal equivale ao design de autor da actualidade e desenvolve produtos personalizados para os seus clientes, enquanto a alfaiataria industrial identifica-se com o trabalho associado a equipas de designers de moda, onde esta desenvolve e faz a industrialização de um produto para grandes marcas internacionais. No entanto, as ferramentas actualmente disponíveis nas empresas industrializadas, como o programa *fit net* da Lectra Systems que permite a customização do mesmo produto, desde que a empresa possua esse tipo de oferta de serviço ao consumidor. No entanto considera-se, que a alfaiataria artesanal possibilita o contacto mais personalizado que um cliente pode ter e ao mesmo tempo a fidelização desse cliente.

Um dos inconvenientes da alfaiataria artesanal é o tempo de espera para a conclusão das encomendas, enquanto a alfaiataria industrial é muito mais rápida, dando ao cliente o produto num período de tempo inferior. Contudo, o produto industrializado tem o inconveniente de uma qualidade inferior.

No entanto, a alfaiataria artesanal é possível identificar-se com um novo conceito de contemporaneidade, o *slow fashion*, o que significa moda lenta. Esta é caracterizada por uma maior consciência ética, levando o consumidor a pensar nas suas verdadeiras necessidades de forma a este não comprar por impulso e sim de uma forma consciente com respeito pelo meio ambiente. Tendo em conta a maior durabilidade das peças de alfaiataria, pelos métodos de construção e confecção que utiliza e materiais, poderá assim concluir-se que a alfaiataria permite um aumento do ciclo de vida do produto e desta forma uma forma mais consciente de consumo. Permite ainda a possibilidade de consumidores que não possuem medidas

standarts procurarem a Alfaiataria para satisfazerem as suas necessidades e desejos, situação essa que apresenta tendência para aumentar na população em geral.

No estudo caso concretizado, é visível que a alfaiataria industrial referida, apesar de industrial tem características favoráveis que o *fast fashion* não possui. A Twintex é uma empresa que prima pela qualidade e satisfação dos seus clientes consoante as suas necessidades, pois os consumidores de marcas de luxo são rigorosos nas suas escolhas.

Existe de facto espaço no mercado para estes dois sectores, de forma a coexistirem durante o mesmo espaço de tempo. Pois existem diversos públicos-alvo masculinos em que, cada vez mais, uns procuram a alfaiataria artesanal e o que esta tem para oferecer, um atendimento ao público personalizado, a elegância de um fato feito sob medida, qualidade e durabilidade das peças de vestuário. Já na alfaiataria industrial o cliente procura rapidez e uma boa relação entre custo e qualidade do produto.

5.2 Projecções futuras

Este estudo pode ser útil, como informação útil para a construção de vestuário masculino dentro da alfaiataria artesanal, com base em tendências de moda, para a criação de vestuário por medida. Poderá ainda ser uma forma de utilização de novos padrões em tecido, para além dos padrões clássicos, permitindo a criação (Design Têxtil) de pequenas séries, mas também apostando em novas formas e renovando-as, mantendo o conceito do que é artesanal contemporâneo.

Bibliografia

BALDINI, Massimo (2006). “A Invenção da Moda”, Edições 70, Coleção Arte e Comunicação.

BLACKMAN, Cally (2009). “One Hundred Years of Menswear” Laurence King.

Boyer, G. Bruce - The History of Tailoring: An Overview. 1996, 12 de Dezembro de 2012 disponível em: www.lnstar.com/mall/literature/tailor4.htm

CHENOUNE, Farid (1999). “A History of Men’s Fashion”, Paris: Flammarion.

Jones, Terry and Rushton, Susie (2005). “Fashion Now 2.”, i-D selects the world's 160 most important designers. Taschen.

FLUSSER, Allan (2010). “Style and the Man”, New York: it books.

FFOULKES, Fiona (2010). “How to read fashion - A crash course in understanding styles”, Herbert Press London.

JONES, Sue Jenkyn (2005). “Fashion design: O manual do estilista”, Gustavo Gili, Barcelona.

KÖHLER, Carl. “História do vestuário”, Martins Fontes (2001), São Paulo.

LAGE e DIAS, Alexandra e Suzana (2006). “Desígnio - Teoria do Design”, Porto Editora.

LAVIER, James (2006). “Costume and Fashion”, World of Art.

MARTÍN, Macarena San (2009). “Field Guide: How to be a Fashion Designer”, Rockport.

ROETZEL, Bernhard (2000). “El Caballero” Konemann.

ROSA, Stefania (2008). “Alfaiataria - Modelagem Plana Masculina”, Senac/ DF.

SINGURTA, Renato (1989). “Psicologia do Vestir. Delineamentos psicológicos da moda masculina”, Lisboa, ed. Assírio e Alvim.

<http://artsandcrafts.about.com/od/glossaryofterms/g/Moulage.htm>, consultado em 19 e 20 Março 2013

<http://revistas.unipar.br/empresarial/article/view/2679/2043>, consultado em 5 de Março de 2013

<http://pt.scribd.com/doc/30933268/Indumentaria-e-costumes-na-Idade-Media>, consultado em 25 de Junho de 13

<http://historiacolegiojk.blogspot.pt/2012/02/idade-media.html>, consultado em 25 de Junho de 2013

<http://pt.scribd.com/doc/28535182/Historia-Da-Indumentaria>, consultado em 25 Junho de 13

<http://www.portalseer.ufba.br/index.php/rcvisual/article/viewFile/3378/2678>, consultado em 3 Fevereiro 2013

<http://revista.crb8.org.br/index.php/crb8digital/article/viewFile/73/75>, consultado em 10 de Janeiro de 2013

Webgrafia

www.blogdosalfaiates.blogspot.com

www.gievesandhawkes.com/bspoke/

www.coolwool.com

www.merino.com

www.henrypoole.com

Anexos

Anexo I

Questionário Alfaiate artesanal



Universidade da Beira Interior

Benilde Reis é aluna do 2ºano de Mestrado em Design de Moda está a realizar tese "Alfaiataria na contemporaneidade – Alfaiataria Artesanal e Alfaiataria Industrial" e a realizar um estudo caso de diferenças entre alfaiataria artesanal e alfaiataria industrial.

Este questionário é uma peça fundamental deste estudo caso e destina-se a recolher informação acerca de alguns detalhes na profissão de um alfaiate. Podendo assim desta forma valorizar esta profissão e o que de melhor se faz dentro desta profissão.

Nome: PAULO JOSE GONCALVES BATISTA Idade: 35
Local: A-DA-BEJA, AMADORA

QUESTIONÁRIO

1. Há quanto tempo exerce a profissão de alfaiate?

DESDE 2002

2. O que o levou à profissão de alfaiate? Como/com quem/onde aprendeu?

Fui convidado pela empresa onde trabalhava a fazer o curso de alfaiate, aceitei e fui para Espanha, terminei em Portugal na academia Ilgual. O que me levou a aceitar o convite foi pensar que era uma arte em extinção.

3. Tem antecedentes familiares na alfaiataria?

- a. Sim ()
- b. Não (x)

4. Quantos clientes em média tinha nos primeiros anos desta profissão?

Durante esse período trabalhava por conta de outros

5. Actualmente o número de clientes aumentou ou diminuiu?

Tem vindo a aumentar

6. Onde se situa o seu atelier?

Situa-se numa zona de fronteira
em A-da-Beja.

7. Quanto tempo demora a concepção de um fato completo (Casaco, Calças e Colete)?

50 horas

8. Em média, quanto tempo demora um casaco/blazer a ser executado na alfaiataria tradicional?

40 horas

9. Qual o processo utilizado na concepção de um *blazer*? (mencione as fases necessárias)

- a. COZTE
- b. ENTRETELAMENTO
- c. ACERTO
- d. FINALIZAÇÃO
- e.
- f.

10. Qual o preço de ... tudo depende da fazenda, o estilo
em alfaiataria varia entre os 400€ e
os 900€

- a. Um fato mais barato ()
- b. Um fato mais caro ()

11. Quais as diferenças (pode escolher uma ou várias das opções listadas abaixo):

- a. Tecido (x)
- b. Mão-de-obra (x)
- c. Detalhes (x)
- d. Matérias-primas subsidiárias (crinas, entretelas, forros, botões etc.) x

12. Em média, quantas provas faz a um cliente, durante a construção de um blazer?

2 provas

13. Além do fato masculino concebe outras peças da indumentária masculina? (assinale com x quais as peças)

a. Quais?

i. Camisa (x)

ii. Gravata ()

iii. Colete (x)

iv. Sobretudo (x)

v. Fraque (x)

vi. Outras peças CASACAS, TOGAS ETC...

14. Os clientes procuram concelhos por parte do alfaiate ou já têm alguma ideia do que querem/procuram?

Procuram ser diferentes mas pedem sempre opinião

15. Os clientes frequentam o seu estabelecimento ou desloca-se até casa do cliente?

As duas coisas.

16. Como considera ser a sua relação com os clientes?

Amizade

17. Vão aparecendo clientes novos ou apenas clientes habituais?

Mantenho os clientes habituais que trazem sempre novos clientes.

18. Quem são os seus clientes?

a. Políticos (x)

b. Advogados (x)

c. Médicos (x)

d. Noivos (x)

e. Outros ()

19. Como guarda as medidas dos seus clientes?

Num caderno.

20. Que idades (em média) têm os seus clientes?

- a. 25 – 30 ()
- b. 30 – 40 (x)
- c. 40 – 50 ()
- d. 50 – 60 ()
- e. 60 -70 ()

21. Na sua opinião, acha que começa a existir uma procura por parte de um público mais jovem (25 – 30 anos de idade)?

Sim

22. Faz peças exclusivamente para homem?

- a. Sim (x)
- b. Não ()

23. Ao recorrer a um alfaiate, o que acha que os cliente procuram?

- a. Qualidade (x)
- b. Perfeição (x)
- c. Elegância (x)
- d. Tradição (x)
- e. Técnica de construção (x)
- f. Exclusividade de materiais utilizados (x)
- g. Não encontram no mercado de tamanhos à sua medida (x)
- h. Durabilidade. x

24. Quantos artigos faz para um cliente:

- a. Numa estação 2 fatos
- b. Num ano 4 fatos + 1 sobretudo

25. Tem a preocupação de seguir tendências para as respectivas estações?

SEMPRE

26. Para que efeitos utiliza a máquina de costura?

FAZER BOLSOS E ABREVER AIGUM
TRABALHO QUE POSSA SER FEITO
COM ELA.

27. Qual a técnica de modelagem e corte que utiliza?

- a. Inglesa
- b. Italiana
- c. Francesa
- d. Outra CORTE DA
ACADEMIA MAGLIDAL (PORTUGUESA)

28. Independentemente da que utiliza, conhece as diferentes técnicas? Em que variam?

ISSO DEPENDE DO GOSTO DE CADA
ALFAIATE, EXISTE UMA BASE MAS DEPOIS
DEPENDE DO GOSTO.

29. Faz a elaboração e utilização de fichas técnicas?

- a. Sim ()
- b. Não

30. Utiliza moldes base existentes e a partir deste desenvolve um molde para o cliente?

- a. Sim ()
- b. Não CADA CLIENTE TEM AS SUAS PROPRIAS MEDIDAS
LOGO TAMBEM TEM O SEU MOLDE.

31. Tem mais que um molde para cada cliente?

- a. Sim ()
- b. Não

32. Que tipo de tecidos utiliza no seu atelier (composição, design (riscas, lisos etc.) e termos ou nomes utilizados na alfaiataria para identificar os tecidos)?

- a. LÃS FRIAS
- b. CAKEFLIZAS
- c.
- d.

33. Além do tecido do fato, quais os restantes materiais (nomes e composições) que complementam um fato?

- a. ENTRETELAS
- b. FORROS
- c. CRIVAS

34. Quantas pessoas trabalham no seu atelier?

só o alfaiate

35. Quais são as suas funções?

36. Tem algum aprendiz a trabalhar no seu atelier?

- a. Sim ()
- b. Não (x)

37. Se não, gostaria de ter?

- a. Sim (x)
- b. Não ()

38. Porquê?

PARA NÃO DEIXAR MORRER A ALFAIATARIA

39. Tem alguém na família ou próximo que estará interessado em dar continuidade o seu negócio?

- a. Sim ()
- b. Não (x)

40. Considera que alfaiataria tradicional é um estilo ou uma moda?

E UM ESTILO

41. Na sua opinião, a alfaiataria tradicional tem futuro?

CIARO QUE SIM

Muito obrigada pela sua colaboração!