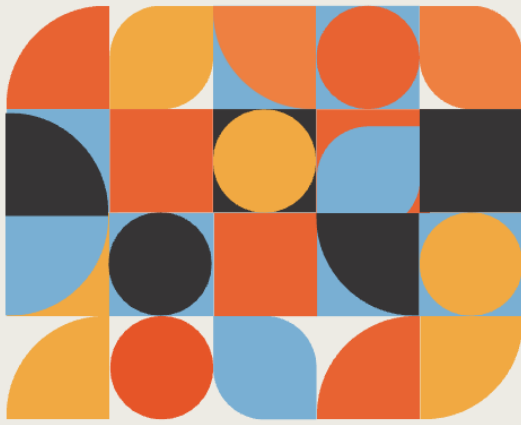




DISTINÇÃO E PRESTÍGIO DAS LOJAS DE TECIDOS EM BELO HORIZONTE NO SÉCULO XX

Guimarães, Maria Paula; Mestre em Design, Universidade do Estado de Minas Gerais;

mariapauladesigndemoda@gmail.com¹

Ribeiro, Rita Aparecida da Conceição; Doutora em Geografia; Universidade do Estado de Minas Gerais;

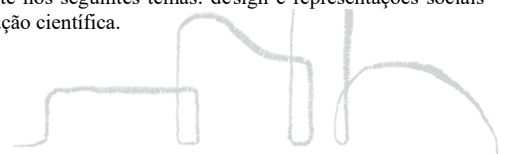
rribeiroed@gmail.com²

Desde a Revolução Industrial, o consumo de bens passou a adquirir novos significados, transformando-se em uma prática que reflete relações sociais, culturais e econômicas. No contexto da moda, essa transformação se manifesta na valorização do consumo como símbolo de distinção social, especialmente nas sociedades urbanas modernas. No Brasil, durante grande parte do século XX, o acesso às roupas prontas era privilégio das elites, enquanto a maior parte da população recorria à confecção caseira ou a pequenas costureiras, reforçando as diferenças de classe e status social. Desta forma o comércio de tecidos e aviamentos desempenhou papel fundamental nesse cenário, sendo o primeiro passo na materialização da moda e na diferenciação social. Em Belo Horizonte, desde sua fundação em 1897, lojas de tecidos marcaram o centro comercial da cidade. Este artigo, propõe fazer um levantamento da história de algumas lojas de tecidos, com suas implicações sociais e sua importância simbólica para a cidade, por meio de uma revisão bibliográfica, pesquisa documental em jornais e revistas locais e entrevistas com consumidores e proprietários de lojas.

A cidade de Belo Horizonte, capital de Minas Gerais e inaugurada em 1897, foi planejada para romper com o passado colonial de Ouro Preto, adotando uma arquitetura e organização urbanística influenciadas pelo positivismo e pelo pensamento técnico da época, onde as diferenças sociais eram evidentes na organização

¹ Doutora em Cultura, Gestão e Processos em Design, e Mestre em Design pela Universidade do Estado de Minas Gerais. Graduação em Arquitetura, Universidade Federal de Minas Gerais. Atualmente é professora do Curso de Design de Moda da Universidade Federal de Minas Gerais, atuando nas disciplinas história da moda, história da moda no Brasil, modelagem do vestuário, costura e acabamento e *moulage*.

² Coordenadora do Centro de Pesquisa Design & Representações Sociais da Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais. Líder do grupo de pesquisa do CNPq, Design e Representações Sociais, coordenadora do Grupo de Pesquisa Diseño y Geografía Política, da Universidad de Palermo, Argentina. Graduada em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (1984) e Mestre em Comunicação Social pela Universidade Federal de Minas Gerais (2000). É doutora em Geografia (2008) pela UFMG. Tem experiência Design e Comunicação, atuando principalmente nos seguintes temas: design e representações sociais envolvendo os processos de consumo, culturas urbanas, audiovisual, design emocional, design ativista e divulgação científica.





20^º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTEIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

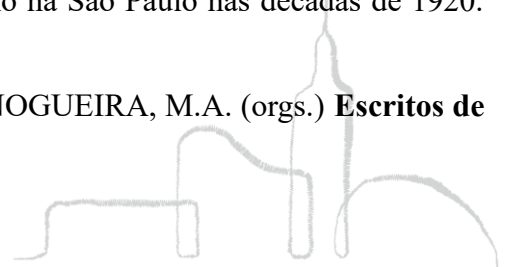
espacial e nos espaços de socialização (Lemos, 2010). Nos primeiros anos, o comércio se destacou como motor do desenvolvimento econômico da cidade, especialmente na década de 1920, consolidando a vocação para o setor terciário como principal característica da cidade. O consumo de moda passa a desempenhar papel importante na diferenciação social, pois ajuda a criar distinções simbólicas entre classes, reforçando a hierarquia social através do vestuário (Bourdieu, 1998; Simmel, 1975). As elites consumiam roupas importadas de alta qualidade, enquanto as camadas médias confeccionavam suas roupas em casa ou em pequenos ateliês, e as classes mais baixas adquiriam roupas prontas de qualidade inferior (Maleronka, 2007). O comércio de tecidos, portanto, foi uma atividade econômica importante, alimentando uma rede de costureiras que abasteciam diferentes segmentos sociais. As lojas tradicionais de tecidos e armarinhos eram espaços de prestígio, frequentados pelas classes altas, costureiras e modistas, desempenhavam papel fundamental na relação entre classes sociais distintas (Bonadio, 2007). Esta pesquisa busca preservar uma parte das memórias da cidade de Belo Horizonte, ao contar as histórias de lojas como Casa da Sogra, Grande Gala, Rakan, Estrela dos Tecidos, Bangu Tecidos e Casa Rolla, que atendiam o segmento de elite e lojas mais populares como “Varejão da Fábricas”, “Rebuen”, “Casa das Fábricas” e “Lealtex” que mantiveram seus negócios com tecidos em oferta expostos em bancas e venda de retalhos de todas as qualidades, entre as décadas de 1940 e 1980 (Oliveira Junior, 2011). O impacto criado pela abertura das importações de tecidos durante a década de 1990, além do barateamento da roupa pronta, foram fatores que favoreceram o desaparecimento de muitas destas lojas (Fujita; Jorente, 2015). Este trabalho fornece uma contribuição importante para a história de Belo Horizonte, pois a moda, como fenômeno urbano das sociedades modernas, é um motor significativo da economia.

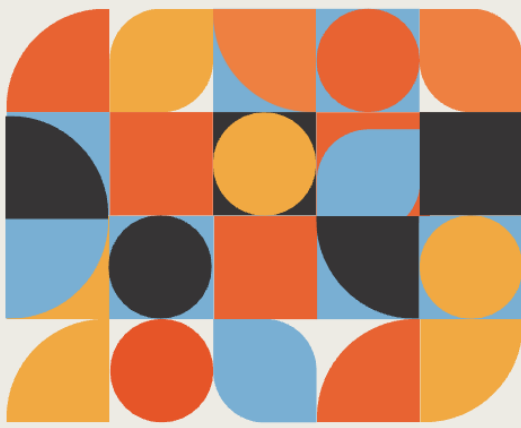
Palavras-chave: Lojas de tecidos; consumo; Belo Horizonte.

REFERÊNCIAS

BONADIO, Maria Claudia. **Moda e sociabilidade:** mulheres e o consumo na São Paulo nas décadas de 1920. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2007.

BOURDIEU, Pierre. O capital social: notas provisórias. In: CATANI, A; NOGUEIRA, M.A. (orgs.) **Escritos de educação**. Petrópolis: Vozes, 1998.





20^º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTEIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

FUJITA, Renata Mayuni Lopes; JORENTE, Maria José. A Indústria Têxtil no Brasil: uma perspectiva histórica e cultural. **Revista ModaPalavra** e-Periódico, v. 8, n. 15, jan./jul. 2015.

FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO. Federação do Comércio do Estado de Minas Gerais.

Belo Horizonte e o comércio: 100 anos de história. Belo Horizonte: Fundação João Pinheiro, 1997.

JULIÃO, Leticia. Sensibilidades e representações urbanas na transferência da Capital de Minas Gerais. **História (São Paulo)**, v. 30, p. 114-147, 2011.

LEMOS, Celina Borges. **Antigas e novas centralidades:** a experiência do consumo no centro tradicional de Belo Horizonte. Belo Horizonte: Editora da Escola de Arquitetura, UFMG, 2010.

MALERONKA, Wanda. **Fazer roupa virou moda:** um figurino de ocupação da mulher. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2007.

OLIVEIRA JUNIOR, Virgílio Coelho de. **Moda e cidade:** representações da modernidade na capital mineira das décadas de 1940 e 1950. 2011. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Belo Horizonte, 2011.

RAINHO, Maria do Carmo Teixeira. **A cidade e a moda:** novas pretensões, novas distinções – Rio de Janeiro, século XIX. Brasília, Editora Universidade de Brasília, 2002.

SIMMEL, Georg. **A metrópole e a vida mental** (1903). In: VELHO, Gilberto. (org). **O fenômeno urbano.** Rio de Janeiro: Zahar Editora, 1975.

