

4.

O campo do design têxtil e de vestuário e a favela Rio das Pedras

Neste capítulo, apresentamos uma parcela dos trabalhadores que estão inseridos no campo do design têxtil e de vestuário e também atuam como produtores de mercadorias para o campo institucionalizado da moda, mas que, em geral, são invisíveis, pois seu trabalho não é reconhecido, tampouco valorizado.

Para tanto, apontamos dados sobre o setor formal, considerando o número de empregos que a indústria têxtil e de confecção gera, para, posteriormente, conceituar o setor informal, buscando entender em que medida ambos se relacionam.

Além disso, apresentamos a análise desenvolvida com base no material de pesquisa levantado pelo trabalho de campo, que resultou em entrevistas individuais com sete costureiras, um grupo de discussão composto por quatro das entrevistadas e incluiu, também, um pequeno material fotográfico feito por duas informantes. Procuramos pontuar os aspectos referentes à produção e recepção dos artigos têxteis e de vestuário inseridos no campo da moda.

4.1.

O emprego no setor têxtil e de confecção no Brasil

A indústria da moda e do luxo responde por 6% do consumo mundial, e segundo dados de 2008, corresponde ao maior setor industrial, superando a indústria automobilística, que representa 4% do total.

O setor têxtil e de confecção, que envolve um grande número de agentes no processo de construção de um artigo de vestuário, vem crescendo no Brasil e, consequentemente, os empregos formais também. Dados revelam que os setores como fiações, tecelagens, malharias, beneficiamentos, vestuários, meias e acessórios

rios, entre outros, empregam cerca de 1,6 milhões de pessoas¹⁵⁵, contudo é muito importante observar que existe um aspecto não tão visível e, por isso mesmo difícil de mensurar: os trabalhadores informais.

Podemos observar, conforme a tabela a seguir que na divisão por segmentos, o setor de vestuário, é o que emprega o maior número de funcionários, atingindo um percentual acima de 60% dos empregos formais.

Empregados por segmento			
	2004	2005	2006
Fiações	77.821	80.132	79.422
Tecelagens	97.580	100.507	102.216
Malharias	106.742	116.349	118.292
Beneficiamento	29.428	29.737	30.064
Vestuários	996.355	1.009.188	1.008.121
Meias e acessórios	40.400	40.628	44.203
Linha lar	93.944	105.631	99.504
Outros	40.859	40.864	42.090
Total	1.483.129	1.523.036	1.523.912

IEMI- Brasil Têxtil 2007

Figura 33 – Tabela IEMI Brasil Têxtil/2007, indicando número de empregados por segmento.

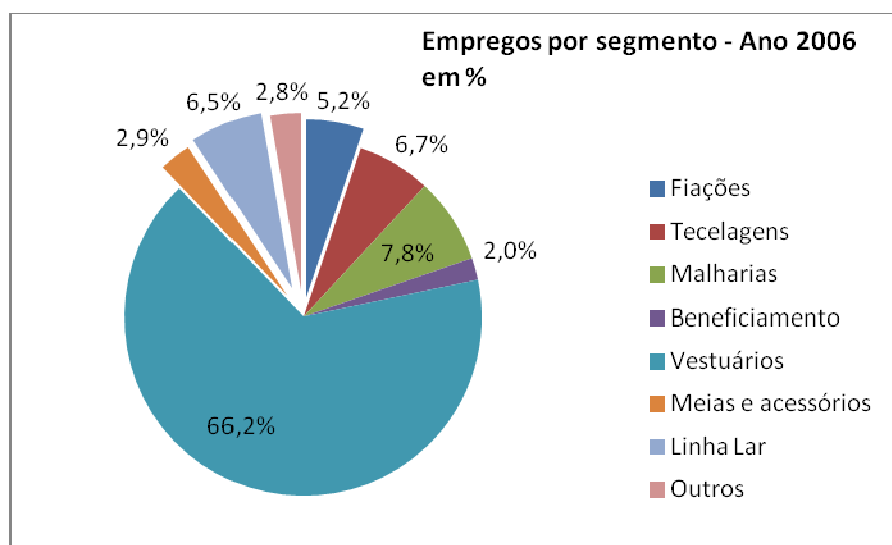


Figura 34- Gráfico de empregos por segmento, em percentuais.

¹⁵⁵ IEMI Brasil Têxtil 2007. *Apud*: SABRÁ, Flávio Glória Caminada. *Análise quantitativa de moda: o desenvolvimento de produto para o setor têxtil e de confecção* Rio de Janeiro: 2010. Dissertação de Mestrado Profissionalizante em Administração, IBMEC, 2010, p. 40-42.

As indústrias de vestuário brasileiras possuem, comumente, estruturas simples de organização em que, geralmente, se encontra um fundador ou empreendedor que trabalha apoiado por um grupo diretamente ligado a ele. Dessa forma, apesar de uma gestão centralizada no executivo chefe, a organização é simples e informal, o que propicia agilidade nas mudanças e adaptações.¹⁵⁶ Muitas vezes, essas empresas estabelecem relação direta com trabalhadores informais, que fazem parte da cadeia produtiva, como é o caso de costureiras que atuam como prestadoras de serviço.

4.2.

O trabalho informal

O trabalho informal pode ser definido a partir de dois critérios distintos: o primeiro, que considera a precariedade da ocupação, engloba “as atividades desenvolvidas à margem da legislação trabalhista”¹⁵⁷ compreendendo assim os trabalhadores sem carteira assinada, além dos trabalhadores autônomos e os que não recebem remuneração, exemplo que ocorre, eventualmente, em pequenas empresas familiares. Esse tipo de trabalhador, que exerce suas atividades por conta própria, em geral, não contribui para a previdência social e corresponde a 80% dos trabalhadores informais do Brasil.¹⁵⁸ O segundo é formado por empregadores e empregados de pequenas empresas, e em muitos casos, o empregador também trabalha como empregado. Por isso, esse tipo de categorização não se classificaria como à margem da lei, mas como desorganizado e sem estrutura. Tal atividade está diretamente relacionada e subordinada ao setor econômico capitalista, já que este gera demanda por bens e serviços para aquele.

Apesar de dados recentes indicarem que houve uma diminuição do trabalho sem carteira assinada, a informalidade ainda aparece como um problema recorrente no mercado de trabalho, e, em muitos casos, se dá em virtude da terceirização e

¹⁵⁶ BRUNO, Flavio. Um novo ambiente para as organizações. In: SENAI/ CETIQT. *Globalização da economia têxtil e de confecções brasileiras*: empresários, governo e academia, 2007, p 93-94.

¹⁵⁷ Trabalho informal no Brasil. Disponível em: <<http://www.ufrn.br>>. Acesso em: 31 jul.2011

¹⁵⁸ *Idem*. Disponível em: <<http://www.ufrn.br>>. Acesso em: 31 jul.2011

da precarização, já que oito milhões de trabalhadores estão em empregos precários.¹⁵⁹

As costureiras são consideradas como trabalhadoras informais que, em geral, estão vinculadas às cadeias produtivas ligadas ao setor capitalista, quando prestam serviço para grandes empresas de confecção, segundo dados da pesquisa desenvolvida sobre o trabalho informal.¹⁶⁰ A pesquisa, no entanto, não explicita a relação existente entre os diferentes tipos de setores informais em uma modalidade muito comum de atividade considerada informal, em que as pequenas empresas fornecedoras de produtos para grandes varejistas contratam o serviço dessas profissionais, as trabalhadoras por conta própria, objeto da nossa pesquisa de campo.

4.3.

Breve relato sobre o trabalho de campo

Iniciamos as entrevistas semiestruturadas com duas informantes com as quais a pesquisadora já mantinha contato profissional em virtude da contratação do serviço dessas mulheres para a confecção de bolsas femininas, comercializadas para marcas de moda do varejo do Rio de Janeiro.

Nesse sentido, podemos ser questionados sobre uma possível falta de isenção e distanciamento propalados pelas metodologias de trabalho de campo por parte dessas duas entrevistadas, que davam seus depoimentos a uma contratante de seus serviços. Foi essa aproximação, todavia, que propiciou um contato mais prolongado com elas e também possibilitou discutir detalhes tão específicos ao processo produtivo de artigos têxteis e de vestuário, importantes para a pesquisa, que se situa no campo do design e, assim, estão diretamente associados à concepção e desenvolvimento desse tipo de produto.

Em abril de 2010, fizemos as entrevistas com essas costureiras, que também realizaram o material fotográfico inicial, que será apresentado como parte da análise desenvolvida. Além disso, nosso contato com as outras costureiras que concederam as entrevistas posteriores se deu por meio dessas duas informantes, e, al-

¹⁵⁹PEDREIRA, William. *Emprego com carteira assinada ultrapassa os 50%*. Disponível em: <www.cut.org.br> Acesso em 28 abr. 2010.

¹⁶⁰ Trabalho informal no Brasil. Disponível em: <<http://www.ufrn.br>>. Acesso em: 31 jul.2011

gumas delas ainda contribuíram, participando da segunda etapa da pesquisa de campo: o grupo de discussão sobre moda e a produção de artigos de vestuário.

As entrevistas foram realizadas no local de trabalho das costureiras, que, na maior parte das vezes, também, era a residência delas, exceto em dois casos em que elas alugavam um espaço, próximo das suas moradias, para trabalhar. Na maioria das vezes, as entrevistadas faziam uma pausa nas tarefas das oficinas para conceder as entrevistas. Em um caso específico, a entrevistada pediu para que eu voltasse após as 18 horas, no final do expediente, já que ela estava comprometida com a entrega de uma remessa grande de bolsas e não havia a possibilidade de interromper ou atrapalhar a rotina de produção, desenvolvida por uma equipe de quatro pessoas.

Organizamos o grupo de discussão a partir do contato com uma costureira que trabalha em uma loja alugada na região central do Rio das Pedras, que, prontamente, cedeu seu espaço para nosso encontro, o que facilitou o acesso das outras participantes do grupo. Realizamos esse encontro em um domingo, no final da tarde, já que todas têm os dias de sábado ocupados por atividades profissionais ou domésticas.

O som ambiente de uma favela nesse horário, aos domingos, é permeado por ruídos variados, como o emitido pelas diversas televisões que transmitem os jogos de futebol ao vivo, além da música ambiente que se ouve nos bares, como o *funk* e o *forró*. Como as residências são pequenas, a rua é um dos espaços comuns de convivência.

Tudo isso fez com que tivéssemos de fechar a porta de correr da loja, e, assim, realizamos o grupo a portas fechadas, única maneira possível de conseguir captar o som e gravar o debate e a explanação de ideias desenvolvidas durante no grupo.

As entrevistas foram gravadas e posteriormente transcritas. Dessa forma, pudemos utilizar, na íntegra, alguns trechos dos depoimentos. Optamos por manter na forma escrita as marcas de oralidade do discurso das entrevistadas.

A análise do material pesquisado no trabalho de campo procura expor aspectos levantados no decorrer da pesquisa, contudo observamos que algumas questões apontadas pelas entrevistadas, de forma espontânea, sem que houvesse alguma pergunta específica, contribuíram muito para enriquecer a pesquisa.

Buscamos, por meio da pesquisa de campo, entender a visão de um pequeno grupo de produtoras de artigos têxteis e de vestuário, que estão diretamente ligadas ao mercado institucional da moda, mas que fazem parte do campo popular da moda como consumidoras. Sendo assim, procuramos conhecer as práticas objetivas dessas profissionais e aspectos simbólicos relacionados à moda e à produção do vestuário.

Para tanto, descreveremos o perfil dessas mulheres e apontaremos os aspectos mais relevantes das entrevistas, sem procurar, todavia, estabelecer dados estatísticos ou consenso entre as partes.

4.3.1.

Análise das entrevistas com as costureiras do Rio das Pedras

São mulheres nordestinas, com filhos, em geral casadas, na faixa etária dos trinta anos, com exceção de Dos Anjos, que já se aproximava dos cinquenta anos, o que só contribuiu para aumentar o tempo de experiência nessa atividade, já que como o restante das entrevistadas, ela também aprendeu a costurar durante a adolescência, em média, aos 15 anos. Todas se intitularam costureiras, e a que possui menos tempo de prática trabalha com costura há 12 anos. A maioria só exerce essa atividade, enquanto uma delas também comercializa produtos da Natura e da Avon, e outras duas, eventualmente, atuam também como comerciantes de roupas que compram aqui no Rio de Janeiro e em Petrópolis e enviam para serem vendidas em suas cidades de origem.

A relação com a cultura nordestina é extremamente forte, e alguns depoimentos são reveladores, como o de Nete que aponta: “Aqui o movimento, o forró, tudo isso me trouxe para cá, porque eu sou nordestina, né? Na Taquara não tem tudo isso, aqui não, tem muito nordestino.”

Ou como Regina:

Eu vim porque meu marido estava aqui, [...] eu preferia aqui pela facilidade, de ser entre aspas uma proteção para a gente, porque lá no Norte vê muito na televisão que o Rio de Janeiro tem muito acidente, assalto, esse tipo de coisa, então aqui tem certa proteção para a gente, então eu preferi vir para cá por isso.

A escolaridade formal dessas mulheres revela que a mais velha do grupo é também a com menos anos de ensino regular, tendo estudado até a quinta série,

enquanto o restante do grupo se divide em três integrantes com ensino fundamental completo (até a 8ª série) e as outras três com ensino médio completo.

Quanto à formação específica em costura, pudemos observar que, na maioria dos casos, o aprendizado se deu ao longo de um período prolongado, desenvolvido em casa ou, frequentemente, na prática profissional, em alguns casos em que as empresas oferecem treinamentos. Por vezes, foi fruto da curiosidade e da observação, em que a capacitação era adquirida aos poucos, como resultado de um longo aprendizado prático e que, na maior parte das vezes, revelou-se como uma maneira de fugir da pobreza e gerar renda familiar.

Comecei onde eu morava que só tem esse ramo, e como lá é ruim trabalho, então a gente opta por esse mesmo, que é o único que tem, e aí vai da pessoa se vai se adaptar ou não, se a pessoa gosta ou não, se vai ou não continuar. (Regina)

Ou como o depoimento de Bianca, que revela:

Eu aprendi com 12 anos com a minha mãe, porque lá no Ceará a profissão típica do estado é essa parte de costura, artesanato em geral. Minha mãe fazia calcinha, ela costurava em casa e no intervalo, quando ela fazia o almoço e tal, a gente fica com aquela coisa de que menino gosta de mexer. Eu aprendi a dar os primeiros passos assim. A costurinha reta de lado na lateral da calcinha foi o meu 1º passo para aprender a costurar, isso com 12 anos.

E, ainda, as observações de Nete:

Foi sozinha, eu estava passando por necessidade, [...] Fui trabalhar em fábrica. Era arrematadeira, tirava linha, eu doida para costurar na máquina, e a minha patroa dizia assim, ‘não, porque ela vai perder as calcinhas’. Aí, quando ela ia almoçar, eu pedia às meninas, ‘deixa eu costurar, ela não vai saber não’. Depois eu até contei essa história para ela, aí eu peguei a calcinha, comprei, já que ela não deixava, desmanchei em casa e fiz, não passei no teste, aí levei em casa, desmanchei de novo, aí consegui, [...], foi aí que eu comecei, foi sozinha, ninguém me ensinou, ninguém chegou, ‘senta aqui, é assim, assim’, foi eu sozinha.

Ao desenvolver a habilidade para trabalhar em diferentes máquinas de costura como *overlock*¹⁶¹, *colareti*¹⁶², e máquina reta, entre outras, essas mulheres, em geral, aprimoram seus conhecimentos também quanto às etapas de montagem das peças de vestuário, o que as torna profissionais com maior qualificação, pois, no

¹⁶¹ Tipo de máquina de costura que costura e chuleia, ou seja, faz o acabamento das bordas do tecido para que não desfie e une as duas folhas do tecido simultaneamente.

¹⁶² Máquina comumente utilizada com 2 agulhas, para fazer bainhas e acabamentos em peças de malha e de tecidos elásticos, como camisetas e biquínis.

setor de confecções, temos, de modo geral, dois tipos de profissionais envolvidas na costura: as operadoras, que, por vezes, só sabem trabalhar em um único tipo de máquina e não conhecem as etapas de montagem de uma peça do vestuário completa, enquanto as pilotistas são profissionais aptas a trabalhar em diversos tipos de máquina, além de saberem a sequência de montagem de uma peça do vestuário.

Tal aprendizado também se deu ao longo da prática profissional dessas mulheres e serviu como estratégia para aumentar a remuneração delas, como no depoimento de Sáskia, que revela:

Bom, quando eu me interessei, foi por dinheiro. Porque a ‘overlockista’ ganhava menos na confecção que eu trabalhava. E a retista ganhava mais. E, geralmente, nessas confecções quem mexe em várias máquinas tem possibilidade de ganhar um salário maior. Então, foi por isso, mais pelo dinheiro. E, também, por você aprender, você tem mais conhecimento. Porque isso serve para você depois.

Seis delas atuam por conta própria, prestando serviço de costura para terceiros, atividade conhecida no meio como “facção”, e uma delas está atualmente trabalhando apenas como modelista de uma empresa, pois, em virtude de seu crescimento profissional e da sobrecarga de trabalho, optou, recentemente, por não mais prestar esse tipo de serviço.

Sobre trabalhar por conta própria, algumas das entrevistadas revelam que aproveitam para conciliar as tarefas domésticas e a de mãe, sem abrir mão de gerar renda, o que possibilita maior autonomia com relação à administração do tempo, pois não precisam cumprir o horário das fábricas, mesmo que muitas das vezes trabalhem mais do que as 44 horas semanais previstas na legislação.

Duas das entrevistadas comentaram que a iniciativa para tal foi dos seus antigos patrões, que as incentivaram, ao enviar serviço de costura para elas, tornando-se seus clientes. No caso de Dos Anjos, o antigo patrão forneceu, inclusive, as máquinas de costura. Ela revela-se satisfeita com o trabalho e afirma que só voltaria a trabalhar como funcionária se não tivesse outra escolha, pois, além da liberdade no horário, a remuneração é maior. Algumas costureiras, como Bianca e Nete, preferem não se comprometer com grandes produções de mercadorias, já que, segundo elas, a remuneração não compensa, pois, em artigos simples, o preço pago por peça é muito baixo e, no caso de peças mais elaboradas, elas precisam trabalhar acima das oito horas diárias, para conseguir produzir quantidades compatíveis com a remuneração a que pretendem.

Quando indagadas no grupo de discussão sobre a autonomia no exercício da atividade executada em casa, elas explicaram que a liberdade de horários não exclui o compromisso com os prazos acertados com os clientes, o que, muitas vezes, as leva a trabalhar exaustivamente. Outro aspecto importante apontado por Nete diz respeito ao fato de elas não contribuírem para o INSS¹⁶³ como autônomas.

Aqui fazemos uma relação com os aspectos apontados por Harvey¹⁶⁴ quanto ao aumento do domínio e do poder de controle do capital cada vez que se dissipam as barreiras geográficas e espaciais, pois os trabalhadores, organizados em pequenos núcleos, perdem poder de reivindicação e de negociação. Exemplos desse domínio já existiam no início do século XX, quando a concentração da produção em subúrbios procurava afastar os trabalhadores dos grandes centros e, assim, disciplinar melhor o trabalho. O modelo de produção empregado atualmente, em que microempresas são subcontratadas para fornecer os produtos para os grandes varejistas, de certa forma, reproduz a referida situação.

Reportamo-nos a Forty para registrar que a relação do homem com a máquina sempre foi conturbada; entretanto, no caso específico do design têxtil e de vestuário, a máquina de costura não promoveu nenhuma modificação substancial na indústria do vestuário. Sua difusão propiciou o aumento do emprego nas fábricas e a consequente diminuição do trabalho domiciliar, mas a divisão do trabalho entre cortar e costurar, e as diferentes etapas de costura de uma peça de roupa já existiam antes de seu surgimento. Contudo, parecia que a máquina havia modificado o design da roupa quando, na verdade, o que mudou foram as relações de trabalho e a remuneração do trabalho da costureira, ou seja, a maneira como a máquina foi utilizada no modo de produção capitalista, já que as profissionais que trabalhavam nas máquinas passaram a receber menos por suas horas trabalhadas do que recebiam as costureiras à mão. Sendo assim, continuavam a trabalhar 12 horas por dia, o que possibilitou, em virtude do aumento da produtividade, que os vestidos tivessem mais adornos.¹⁶⁵

Sobre o trabalho de costura que elas desenvolvem, na maior parte das vezes, caracteriza-se como uma prestação de serviços de “facção”. Em alguns casos isolados, como quando atendem a encomendas de clientes avulsos, ou mesmo

¹⁶³ Instituto Nacional de Seguridade Social

¹⁶⁴ HARVEY, David. *Condição pós-moderna*. São Paulo: Loyola, 2007, p.266.

¹⁶⁵ FORTY, *op.cit.*, p.75.

quando a produção é bem pequena, temos exemplos em que elas afirmam desenvolver todas as etapas de elaboração da roupa como modelar, cortar, costurar e arrematar, chegando até a comprar o tecido para o desenvolvimento da peça.

Poderíamos considerar que essas mulheres, quando desenvolvem o trabalho de “facção”, estão desempenhando suas atividades segundo o modelo fordista de produção e, dentro do processo de concepção e desenvolvimento de produtos de vestuário a costura seria considerada como uma das etapas. Seguindo esse raciocínio, essas mulheres repetiriam mecanicamente, sem pensar, as sequências de montagem das peças. A afirmação é, em parte, verdadeira, pois a costura consiste em uma das etapas de desenvolvimento desse tipo de artigo, contudo é parcial, pois, nesse modelo de produção, em que os artigos são costurados em oficinas domésticas, semelhantes a unidades artesanais de produção, não existe um setor de engenharia que decodifique todas as etapas de montagem. Tampouco essas etapas estão sistematizadas, muitas vezes, em função da própria necessidade de renovação constante, já que, atualmente, as lojas recebem mercadorias “novas” semanalmente. Dessa forma, a produção vai acompanhada de uma peça-piloto, que serve como exemplo do produto final, e que, na maioria das vezes, é desenvolvida por outra profissional, a qual não mantém contato com a equipe de montagem. Sendo assim, essa profissional precisa refletir sobre o processo de montagem, pois o trabalho desenvolvido nas oficinas consiste em costurar a peça toda e não em apenas em fazer uma única etapa de costura.

Além disso, elas também precisam estar atentas para resolver questões de montagem de uma determinada peça de vestuário e chegam a auxiliar na resolução de problemas referentes ao processo construtivo de determinado artigo têxtil e de vestuário, quando estes estão em fase de desenvolvimento. O depoimento de Ana que, atualmente, trabalha como modelista, indica a importância da costureira nesse processo:

É quem está ali sentada. Porque muitas vezes quem está sentado ali na máquina é que descobre como montar. Você está entendendo? A gente faz a modelagem, beleza! Mas quem está ali, na máquina, vai descobrindo a maneira melhor de montar. Porque é o mais quebra-cabeça. Pra mim, a piloto quebra mais cabeça do que a da modelagem. Mas por que quebra a cabeça? Eu, no caso, se modelo uma peça, se eu for pra máquina, eu monto ela rapidinho. Por quê? Porque eu modelei. Eu já sei o que é que vai acontecer. E quem vai costurar, quem vai, faz a piloto, não está sabendo de nada. Pega só o desenho ali e pronto.

É interessante notar que o depoimento de Bianca reforça a posição vigente no campo institucional, que, em geral, associa o trabalho de “facção” a uma mera repetição mecânica, sem reflexão, das etapas de montagem de um produto, e só considera que existe raciocínio na fase do desenvolvimento deste, momento em que são resolvidos seus aspectos técnicos e construtivos.

[...] Porque você trabalha muito com raciocínio, você não é uma coisa, que nem que você pega uma peça de facção que vem cortada e é só você montar. Não tem segredo nenhum. E já uma peça feita pra você confeccionar ela do começo ao fim, você tem que parar e pensar o que você está fazendo. Primeiro de tudo é parar e pensar: “Vai ficar legal assim? Posso acrescentar mais alguma coisa?”

No entanto, outras costureiras disseram que é preciso “quebrar a cabeça” para encontrar um caminho melhor na montagem de determinado produto, principalmente, quando as quantidades são grandes, e isso influencia diretamente o tempo de produção das mercadorias e, conseqüentemente, o prazo de entrega.

Às vezes, a gente procura a maneira melhor de fazer, de montar e mais rápida. Porque, às vezes, até o próprio montador, às vezes, não pensou na produção. Porque, às vezes, a gente tem até um jeito mais fácil, mais prático, que sai mais rápido. E, se a gente achar esse jeitinho, a gente muda. Portanto que não mude no modelo da bolsa, não vai mexer, mas a maneira de montar sim. (Sáskia)

Dos Anjos declara que:

Muitas vezes, vamos supor, você fazer uma peça é uma coisa, agora você fazer quinhentas peças é outra, então, às vezes, eles fazem uma coisa numa peça só que dá muito trabalho, e eu mudo e fica mais fácil de fazer, e, às vezes, até mais bonito [...] Mas, aí, eu faço isso, faço uma piloto, pego a minha, e levo para as pessoas que eu trabalho e falo assim, ‘isso aqui é mais fácil e está mais bonito, é um acabamento melhor’, aí eu sigo o meu.

Notamos que, mesmo no caso dos serviços de “facção”, elas acabam interferindo no processo de montagem das peças e, por vezes, o modificam, ainda que de forma imperceptível, pois, na maior parte das vezes, o aspecto formal do objeto não pode ser modificado.

Apesar da pouca autonomia para decidir as modificações, quando a empresa é menor, a possibilidade de entrar em contato com quem pode autorizá-las é maior, conforme nos indica Bianca:

Tem sim por ser de coisa pequena, eu tenho contato com a própria pessoa, o próprio dono, não tem intermediário... Quando eu tenho dificuldade de fazer determinada coisa, igual a pessoa pedir: ‘Eu quero um viés de 3” e eu vejo que não fica legal naquela peça, naquele tecido, eu digo: “Vamos botar um de 4 que fica muito mais bonito”[...] Eu posso modificar nessa seguinte questão, como eu sei o que estou fazendo, eu posso até opinar. Às vezes, a pessoa nem está entendendo o que eu estou falando: ‘Bianca, faz do jeito que você achar melhor!’[...] A pessoa confia porque eu sei o que estou fazendo, eu sei trabalhar com isso.

Quanto à Regina, ela reconhece que, muitas vezes, esse tipo de interferência pode chegar ao processo criativo da peça, já que em muitos casos o contratante não sabe como resolver tecnicamente o que está representado no desenho do modelo.

Eu já tinha feito, em outros modelos, esses detalhes, só que ela queria uma coisa diferente, que ela não sabia nem explicar o que ela queria, aí eu falei: ‘eu acho que aqueles detalhes que eu fiz naquelas peças antigas de outro cliente dá para eu encaixar nessa’, fiz, coloquei e ela gostou, e mandou eu fazer.

Faço, sempre que o cliente me dá autorização, ‘se você quiser criar’..., eu tenho a Claudia que é uma que me dá, e tenho o Guilherme e a esposa dele que são os que me dão autorização. E é muito difícil eu fazer um design assim e não ficar bom, e ela não gostar, [...] depende do ‘design’ da peça, eu vou e crio outro ‘design’ em cima daquele para dar um diferencial no mercado, porque para ela vender ela tem que ter uma peça diferenciada e não igual a que já está lá no mercado.

Ao indagar essas mulheres sobre o desenvolvimento de produção própria, obtivemos, na maioria, respostas negativas, ou seja, em geral, essas mulheres não desenvolvem produtos para comercializar por conta própria. Nesse momento, a pesquisa que, inicialmente, buscava investigar projetos de produtos realizados de forma empírica, deixou essa abordagem de lado, pois os motivos apontados para não desenvolver tal atividade também são representativos de aspectos importantes, por inúmeras razões, como a falta de capital para investir em mercadoria ou a falta de tempo disponível, já que elas, por vezes, preferem se comprometer com o serviço já contratado. O aspecto mais interessante, porém, refere-se à valorização, por parte das moradoras do Rio das Pedras, dos produtos “de marca”, como os depoimentos de Tonha e Regina, indicando a preferência das clientes do Rio das Pedras por esse tipo de produto, a ponto de tornar-se um empecilho para essas mulheres atuarem de forma mais autônoma e independente. Outros testemunhos

indicam, inclusive, que há depreciação do produto que não “tem marca”, o que dificulta a sua comercialização. O exemplo de Tonha e Sáskia é representativo:

Já tinha um modelo, de viscose, a gente foi na loja pequena de tecido, e a estampa que a gente gostava a gente comprou e agradou a galera, só não agradou o preço que agente cobrou, porque, tipo assim, como a gente não tem etiqueta, aí quer dizer, o vestido está bem feito, vestiu bem, a galera gosta, mas chega uma hora que se é uma de marca dá até cem reais, mas você for cobrar menos por esse valor cobra um ou dois, mas depois não quer mais, ‘ah, não é de marca, não tem nenhuma etiqueta’, infelizmente a nossa clientela é assim, valoriza muito a etiqueta, a maioria que eu conheço é assim. A gente, uma vez ou outra, não tenha cliente, tem, mas que cobra etiqueta, a gente não tem etiqueta, a gente ainda é pequena. ‘Adorei, vestiu bem, mas, poxa, tem que ter uma etiqueta’, é sempre assim. Aí a gente achou que, por esse lado, não se dá para ganhar, só por esse lado não, fabricando com a clientela que a gente tem não. Talvez, não tenho certeza, mas, talvez, com a etiqueta, pagariam sem reclamar o preço que a gente cobrasse.

É interessante observar, apesar de a moda, atualmente, caracterizar-se por uma pretensa qualidade democrática, o comentário de Regina: “Aqui, o pessoal vai muito por marca, não importa se o modelo é bonito, se é caro, se é bem feito, se é mau feito [...]”, ou a fala de Bianca, que ainda revela aspectos importantes como:

O que dá valor à peça é o nome da marca, não é que qualidade do produto. Porque se fosse assim. A mesma roupa que eu faria pra ela, para aquela marca, eu não conseguiria fazer pra mim. Eu estou falando até na questão de fabricação. Porque se eu estou fazendo ali, eu consigo fazer, muitas vezes, num tecido melhor, e tudo. [...] bom, é claro, se eu tivesse dinheiro e fosse rica, jamais eu ia estar falando que marca não é importante. [...] ‘Nossa! Fulano está com aquela marca!’... Tipo: ‘Fulano está podendo!’... É só isso que representa pra mim a marca. É o poder de aquisição, poder financeiro.

Apesar das observações pessoais dessas mulheres quanto à valorização das marcas, elas afirmaram que, pelo fato de estarem envolvidas nessa cadeia produtiva e saberem como fazer determinado produto, não se importam ou atribuem valor especial a isso.

Quando indagadas a respeito do conceito de moda, em suas respostas sempre se referiam à noção de adequação ao tipo de corpo ou à ocasião. O depoimento de Bianca revela uma posição crítica sobre a moda na favela, o que reforça o sentido geral de adequação, quando expõe:

Aqui é complicado [...] porque as pessoas perdem um pouco a noção de ridículo. Talvez nem seja porque é favela, como a gente não tem contato com outros lugares, eu estou falando por eu ver aqui. Não é porque as pessoas são mais humildes, se vestem de determinada maneira, não. Só que aqui é assim, aqui você vê que raramente, você vê aquelas pessoas que estão bem, como se diz? Eu nem sei dizer a palavra, estão tendo noção do que estão vestindo. Na maioria das vezes, as pessoas vestem o que têm. Não é bem o que podem ou o que querem. Então, pra gente não é legal, como eu já vi, muitas vezes, a pessoa trabalha numa casa de família, bota aquela bolsa social, aquela bolsa chique que é pra noite, com um shortinho bem curtinho, um sapato que não tem nada a ver. Enfim, aqui a moda é muito complicada. [...] Eu estou falando no geral... Porque têm pessoas que se preocupam e passam um mês todinho pra comprar uma calça da moda, uma roupa da moda, de marca até.

Ao apontar novamente para essa questão no grupo de discussão, alguns depoimentos foram interessantes para reforçar a noção de que o fenômeno da moda já inunda a realidade dos diferentes objetos, como os itens de beleza, como o esmalte e a maquiagem, chegando até aos eletrodomésticos e eletroeletrônicos. Entre eles, destacamos os seguintes: “Moda está até nos óculos que você coloca... Hoje em dia está mais quadradinho, está mais redondinho... Moda está no cabelo, no sapato... Na unha. Esmalte, cada atriz tem uma cor de esmalte na novela.” Ou o depoimento de Nete, que opina:

[...] moda para mim é assim, o mundo que nós vivemos hoje é moda, o pobre não quer mais viver sem moda, ele quer estar sempre na moda, quer estar sempre bem vestido. Vamos supor que ali tem um jaleco que está na moda, ‘ah, vamos comprar? Está na moda’. Então a moda é uma evolução para cada um de nós, por exemplo, eu não ia comprar um biquíni que está ali exposto se ele não está na moda. Tem que comprar tudo que está na moda.

Sobre as influências da moda, não houve grande divergência entre elas, pois ressaltavam que estas chegam pela televisão, em especial, pelas personagens das novelas e, também pelos lojistas da própria favela que buscam novidades nos seus fornecedores, bem como pelas vitrines dos *shoppings*, e que não há grande defasagem temporal entre o que é visto nas vitrines dos *shoppings* e das lojas da favela. Além disso, revelaram também que, ao estarem envolvidas na produção de artigos de vestuário no âmbito da moda, essas informações chegam a elas com certa antecipação por meio dos produtos que fabricam.

Dependendo da posição ocupada no campo da moda e, nesse caso específico, referimo-nos ao depoimento de Ana, que, por atuar como modelista de uma confecção com diversos pontos de venda de varejo, mantém contato regular com a equipe de estilo e com a proprietária, profissionais que viajam regularmente e tra-

zem produtos para copiar. Nesse sentido, Ana menciona outro indicador de difusão da moda.

De fora. Quando eu trabalhava com a Rosana, ela viajou pra Cancun e trouxe umas peças que em um mês, estavam no Espaço Fashion igual. Eles copiam. O povo aqui do Rio de Janeiro vão pra fora pra copiar as peças de fora. Então, em cima do que elas copiam, elas mudam alguma coisa. [...] Muitas vezes faz rápido e fica igual. [...] Você pode ter certeza que a moda não se cria, se copia [...] E todo mundo compra e acha lindo, pronto.

Sobre o consumo de artigos do vestuário as repostas, em geral, indicaram as lojas da favela, em que o sistema de “caderninho” ainda vigora e funciona como um facilitador para elas, mas lojas como C&A e Leader, também foram citadas como lugares em que elas compram. Na maioria dos casos, o consumo no *shopping* se dava, com frequência, quando elas compravam artigos para seus filhos.

Frequentemente, essas mulheres discorreram, também, sobre o consumo de roupas para os filhos, como se destinassem mais atenção ao produto para eles do que para elas, observando que algumas marcas que possuem lojas no *Barra Shopping* podem ser encontradas no Rio das Pedras, mas em lojas multimarcas.¹⁶⁶

O exemplo dessas mulheres nos remete a Miller, que, em sua pesquisa etnográfica sobre o consumo na zona norte de Londres, com base no depoimento de um casal de pais, que retira o dinheiro de uma poupança deixada em favor de seu filho para comprar uma camisa oficial de time de futebol, argumenta que “esse sentimento mais amplo de humanidade luta por expressar-se numa estrutura cuja natureza fundamentalmente opressiva de outro modo os subjugaria.”¹⁶⁷

Retomando as questões da pesquisa, apontamos diversas marcas citadas pelas entrevistadas como: Espaço Fashion, Shop 126, Cantão, Ecletic, Agatha, apontadas como marcas que elas conhecem e cujas vitrines procuram ver, mas não obtivemos nenhum depoimento em que elas afirmassem terem comprado em algumas dessas lojas. No entanto, o testemunho de Tonha é revelador da distância existente, no campo, entre os agentes informais e os institucionais. Essa costureira, que produz mercadorias para o campo institucional, revela:

¹⁶⁶ Lojas que comercializam produtos de diferentes marcas.

¹⁶⁷ MILLER, Daniel. *Teoria das compras: o que orienta as escolhas dos consumidores*. São Paulo: Nobel, 2002, p.40-41.

Por exemplo, a Cantão, eu nunca entrei na Cantão, eu olho do lado de fora da vitrine, porque eu não tenho recurso financeiro, por exemplo, eu vou entrar numa loja só para olhar, eu não entro. Se for para entrar, só para olhar em lojas famosas, eu não entro, mesmo que o produto que esteja lá dentro tenha passado pelas mãos da gente, a gente fabricou, eu não entro. Eu olho da vitrine, ‘poxa que legal’, dá aquela... a gente gosta se sente até um pouco importante. ‘Poxa, a bolsa que a gente fez está lá, o vestido que a gente fez está lá na vitrine, nossa custa tanto’, se é uma loja muito cara eu não entro, se não é para eu comprar eu não entro.

Referimo-nos aos aspectos apontados por Bourdieu sobre o sentimento de vassalagem existente por parte dos membros das classes que não possuem formação cultural tida como legítima, quando mantêm “a distância respeitosa dos consumos considerados mais legítimos” ¹⁶⁸. Aqui tomamos como exemplo a relativa reverência apontada por Tonha diante de uma marca consagrada.

No grupo de discussão, quando indagadas se achavam que, pelo fato de trabalharem diretamente envolvidas com o setor de vestuário em que, muitas vezes, as informações de moda chegam a elas antes mesmo de estarem nas vitrines, percebiam alguma interferência na formação do gosto, suas respostas foram negativas. No entanto, em outro momento, a fala espontânea de duas entrevistadas, contrastou com essa opinião. Sáskia, por exemplo, revelou que: “[...] o lado bom da gente trabalhar com moda é que a gente aprende a gostar[...] Estava acostumada com um estilo de roupa e fui para outro que não tinha nada a ver... achava tudo feio”.

Essa transformação também foi percebida por Tonha, que comentou:

Foi a mesma coisa que ela passou, eu já tinha passado. Só que eu comecei primeiro, foi em 2000, tem dez anos. Quando ela (Sáskia) chegou aqui, ela foi trabalhar na Constantinopla ¹⁶⁹, ela não gostava de nada... Eu, que já tenho mais tempo aqui, eu já gostava...

Bianca observou a mudança no seu gosto, mas explicou que essa modificação esteve diretamente associada à melhoria na sua condição social de vida.

Quando eu comecei a ter condições de comprar alguma coisa melhor, é que eu comecei a me preocupar mais com esse negócio de moda. Porque quando você não tem muita condição de comprar não importa se você gosta daquilo ou não. É o que você tem. O meu caso era bem esse. Eu passei por muitos anos assim nessa situa-

¹⁶⁸ BOURDIEU, 2005, *op. cit.*, p.132.

¹⁶⁹ Confeção de roupas femininas com loja no *shopping* Downtown, situado na Barra da Tijuca.

ção. Era bem o que eu tinha, o que eu podia comprar e que também não era muito e não era bom. [...] Quando eu comecei a ter condição, e foi mais quando eu cheguei aqui e a minha vida melhorou financeiramente, que eu fui me preocupar com moda. [...] Eu me preocupo mais com negócio de imagem hoje em dia, depois que eu cheguei aqui no Rio.

Outra questão retomada durante o grupo de discussão refere-se ao que elas entendem como o projeto do vestuário e quais seriam os atributos para desenvolvê-lo. Nesse sentido, elas destacaram a importância da modelagem nesse processo, sem, contudo deixar de lado a costura.

Eu como já trabalhei em empresas que tinha modelista, pra mim, eu só dava crédito àquela modelista se ela soubesse costurar. Porque tem pessoas que faz o modelo, mas na hora da costureira fazer não encaixa nada com nada. Então, eu acho que o projeto mesmo de uma peça dar certo vem da modelagem. (Bianca)

Ao perguntar-lhes sobre a possibilidade de atuarem de forma criativa na fabricação dos artigos têxteis e de vestuário, obtivemos um depoimento que reforça o senso comum, como o de Nete, que responde:

Porque o verdadeiro estilista é o que cria. Eu acho que, hoje em dia, essa coisa de criação só serve só se encaixa, em alta-costura. Porque tem aquele negócio daquelas mulheres quererem só como se diz? Coisa individual, coisa exclusiva. Criação e exclusividade só se encaixam em alta costura. Modinha não tem esse negócio de criação.

Chegam a associar a criatividade à possibilidade de interferir na forma do produto, modificando o seu resultado final.

Ao serem indagadas sobre o limite entre o trabalho artesanal e o industrial, elas foram unânimes em entender sua atividade como industrial, argumentando que as peças são feitas em máquinas industriais e com tecidos feitos industrialmente. Nete foi enfática e manteve-se irredutível em sua opinião, afirmando que: “Artesanal é coisa que mexe com bordado... É uma coisa mais manual.”

Ao fazê-las pensar sobre as diversas atividades de costura que elas desempenhavam manualmente como pregar botões, trançar alças, marcar aviamentos diversos, observamos mudanças na opinião de algumas delas, ao reconhecerem que, nesse caso, poderíamos entender o trabalho como artesanal, na medida em que este passa a ser manual, ou seja, as práticas desempenhadas fora da máquina foram entendidas como artesanais, da mesma forma que a produção em pequena

escala, como no exemplo: “Artesanal, se for de pequeno porte. Assim 10 peças, 20 peças, porque se for grande quantidade...” (Sáskia).

Em um último momento, elas indicaram que, quando estão fazendo todas as etapas de um produto de vestuário, como no caso de suas eventuais produções próprias, esse trabalho pode ser entendido como artesanal “A gente corta e, de certa maneira, botou no papel, cortou, botou no tecido, ficou bem que artesanal mesmo.” (Sáskia)

Tonha e Bianca, ao contrário, entenderam que elas acabam atuando tanto industrial como artesanalmente quando afirmam, inclusive, que as práticas “ficam meio misturadas.”

Como última questão, que só foi formulada durante o grupo de discussão, perguntamos o que elas entendiam pela palavra design e, especificamente design de moda. As respostas indicaram para saber desenhar, costurar, modelar e montar a peça de vestuário inteira. No entanto, Sáskia afirmou: “Eu não sei, apesar de que muitas pessoas se formam em design, não sabe fazer isso, só sabem desenhar.”

Quando indagadas por que elas se intitulavam costureiras, já que possuíam alguns dos requisitos considerados por elas mesmas como importantes e necessários ao desempenho dessa atividade, Nete prontamente afirmou: “A gente é a pré-designer...”. Indagamos o que achavam que faltaria a elas para atingir essa categoria, e, novamente, elas foram unânimes em sustentar que faltava estudar e se aperfeiçoar, principalmente, em modelagem, mas também em desenho, pois na costura elas já se consideravam aptas.

É interessante observar como há uma incongruência nos discursos vigentes no campo da moda, visto que as costureiras entendem que as habilidades e capacitações necessárias ao designer têxtil e de vestuário estão diretamente ligadas ao domínio de técnicas de representação gráfica e construtivas como a modelagem e a costura. Dessa forma, elas não apontaram ou observaram o aspecto projetual, que consiste na concepção e no planejamento do produto.

Encerramos o grupo de discussão sem fechar questões, mas achamos interessante observar que os moradores das favelas são, historicamente, vistos como pré-cidadãos, necessitados de uma pedagogia civilizatória.¹⁷⁰ Sabemos que essa

¹⁷⁰ BURGOS, Marcelo Baumann. Dos parques proletários ao favela-bairro. In: ZALUAR, Alba. *Um século de favela*. Rio de Janeiro: FGV, 2006, p.28.

afirmação refere-se à política implementada por Vitor Moura, nos anos 40, ocasião em que foram construídos os parques proletários no Rio de Janeiro. Contudo, a categorização apontada por Nete pode indicar que esse pensamento já foi inculcado, a ponto de essas mulheres se reconhecerem também, nessa representação.



Figura 35 - Grupo de discussão sobre moda na loja/oficina de Nete com peças de roupas expostas junto com manequins e aviamentos.

4.3.2.

Sobre as imagens fotográficas

Pedimos que duas costureiras realizassem a produção de material fotográfico sobre aquilo que elas consideravam representativo da moda na favela Rio das Pedras. Foi muito difícil levantar esse material, pois, apesar de elas aceitarem realizá-lo, por diversas vezes, quando o solicitamos, responderam que ainda não o haviam preparado.

Durante os contatos informais, elas comentaram se podiam fazer uma “produção de moda” para representar o que elas entendiam como moda. Esse material resultou em quatro fotos que apresentam dois vestidos. Como essas informantes trabalhavam juntas à época da pesquisa e desenvolvimento do material, escolheram fotografar juntas.

A análise do material fotográfico feito pelas informantes revelou-se pouco proveitosa. Quando lhes perguntamos que observações tinham a fazer sobre o material, as respostas limitaram-se a gosto ou não gosto, ou gosto, mas não usaria. No caso das informantes Tonha e Sáskia, o modelo de entrevistas sobre recepção

procurou discutir também, a análise do material fotográfico realizado por elas, buscando saber o que existia de representativo nas imagens e se elas gostavam ou não das peças escolhidas.

Decidimos retirar esse material do corpo das entrevistas e apresentá-lo em forma de tabela no anexo, procurando facilitar a compreensão sobre os comentários feitos por elas, contudo os aspectos mais importantes e reveladores sobre as imagens não estão evidentes nos produtos em si, mas foram apontados ao longo da entrevista em que íamos passando peça por peça, seguindo uma numeração prévia dos modelos, cujo intuito era organizar a análise das entrevistas. Apresentamos, a seguir, os aspectos representativos dessas duas entrevistas:

Elas tiraram fotos de duas lojas diferentes, uma localizada no Areal e outra, na região central da favela.

Tonha revelou que teve dificuldade em realizar o material já que:

Na hora que a gente foi fazer essas fotos, ficou difícil, porque você vai numa loja tem vestido e tal, você vai em outra está a mesma coisa, o mesmo produto, não sei bem como funciona, mas pelo menos as minhas colegas donas de loja que eu conheço, juntam e vão comprar no mesmo lugar e acaba que quando chega nas lojas tudo muito parecido, tudo muito igual. É tanto que elas fazem assim, chega na loja, ‘queria esse vestido, mas eu uso P’, ‘ah o P acabou, mas só um minuto, deixa eu ligar para a minha colega que ela deve ter’, é muito assim, aqui dentro do Areal é muito parecido as coisas, iguais mesmo. Por saírem juntas para comprar acaba comprando o mesmo produto.

Em seu depoimento, Sáschia revelou que o material foi desenvolvido mais em função da escolha da lojista do que das preferências das informantes.

Eu escolhi porque a moça da loja disse que era muito bonita, foi o gosto dela, na verdade não foi nem o meu. Ela disse: tira dessa blusa acho muito bonita. Eu disse: então tá bom, vou tirar [...] Mas eu também não gostei. A maioria das fotos que a gente tirou, foi até a moça mesmo, que ela, deixa ir trocando de blusas... A gente tirava foto, mas acabava que não gostava.



Figura 36 - Fotos de modelos de blusas que elas não gostaram.

A “produção de moda” apresentada a seguir também indica que as informações importantes sobre a imagem estão fora dela, ou seja, estão no contexto em que elas foram geradas. Podemos entender que as imagens indicam visões contemporâneas do mundo social, e seu testemunho precisa ser colocado nos contextos social, cultural, político e material.¹⁷¹

Os dois modelos de vestidos apresentados eram peças-piloto¹⁷² de uma confecção que envia serviço de costura, regularmente, para essas costureiras e não são encontrados nas lojas da favela, pois a marca tem loja em um *shopping* na Barra da Tijuca.

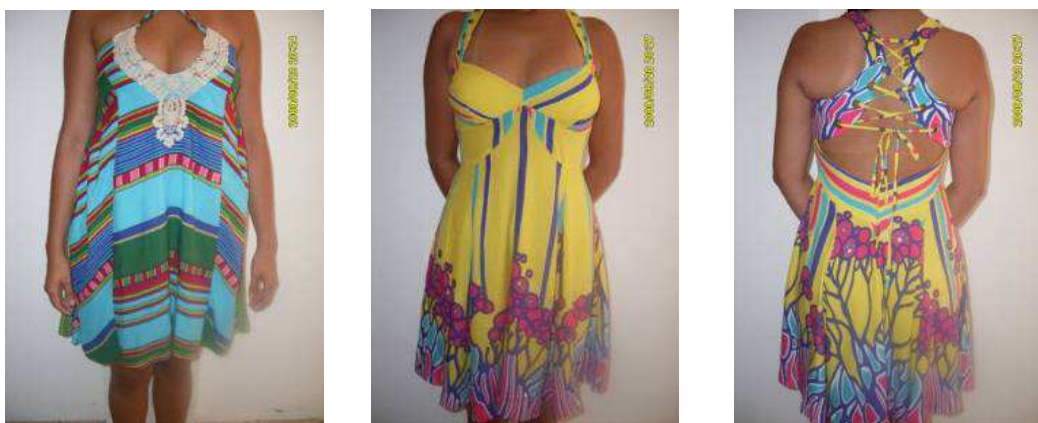


Figura 37 - Fotos da “produção de moda”, com os modelos considerados “belos”

Podemos supor que, ao considerar “belos” os vestidos em questão, além dos aspectos pontuados referentes à forma do produto, outros fatores como ser uma marca que possui loja em *shopping*, bem como o fato de a informação de moda ter chegado a elas por esse produto, podem ter influenciado no gosto de ambas.

Ao afirmarem que gostaram do tipo de tecido, da estampa e do caimento, comentaram que são peças que “vestem bem” e que serviram até como referência para uma pequena produção de vestidos que elas desenvolveram por conta própria, a pedido de conhecidas.

¹⁷¹ BURKE, Peter. *Testemunha ocular: história e imagem*. São Paulo: EDUSC, 2004, p. 236-237.

¹⁷² Peça de roupa acabada, que serve como referência para a montagem e costura da produção, já que ela contém os detalhes de acabamentos, como arremates e aviamentos empregados.

Diversos aspectos revelados na análise do material coletado com o trabalho de campo possibilitam estabelecer relações com questões que se referem ao design de produtos têxteis e de vestuário, que abordaremos a seguir.